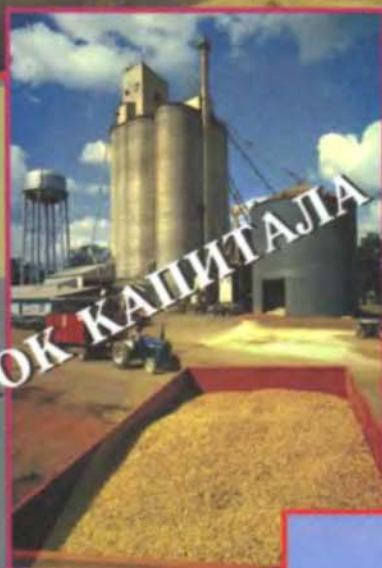


И.В. ЛИПСИЦ

ЭКОНОМИКА

Человек на рынке труда

Экономический рост



РЫНОК КАПИТАЛА



БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА



МИР ДЕНЕГ



ПРОФИЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

И.В. Липсиц

ЭКОНОМИКА

Учебник для 8-9 классов



Москва, 2015

УДК 330.101.54
ББК 65.012
Л61

Липсиц, Игорь Владимирович.

Л61 Экономика: учебник для 8-9/И.В. Липсиц. — М.: Омега-Л, 2015. — 656 с. — (Профильное экономическое образование). — ISBN 5-98119-407-3.

Агентство С IP РГБ

При подготовке специалистов самых разных профессий во многих вузах обучают экономической теории как одному из предметов, помогающих познакомиться с отраслью, в которой живет та или иная отрасль.

Знание логики экономических процессов необходимо не только тем, кто занимается их организацией по роду своей деятельности, но и специалистам других областей знаний. Цель учебника — помочь последним понять причины и сущность тех проблем, с которыми им предстоит встретиться в дальнейшем, и научиться находить оптимальные способы поведения в мире экономики. Главное же — учебник раскрывает основную логику экономических процессов без использования сложного математического инструментария. Это позволит существенно облегчить будущим специалистам поиск выхода из трудных экономических ситуаций.

Адресован студентам, обучающимся по специальностям, не относящимся к направлению «Экономика», т. е. будущим инженерам, врачам, строителям, художникам и многим другим.

УДК 330.101.54

ББК 65.012

Учебное издание

Липсиц Игорь Владимирович

ЭКОНОМИКА

Учебник

Редактор *Ю.Л. Серова*

Корректор *А.В. Бенецкая*

Компьютерная верстка *М.В. Сенотрусовой*

Рисунки автора

Подписано в печать с готового оригинал-макета 17.08.2005.

Формат 60х90/16. Печать офсетная. Бумага офсетная. Гарнитура Newton.

Усл. печ. л. 41. Тираж 5000 экз. Заказ № 1020.

ООО «Омега-Л»

123022, Москва, Столярный пер., д. 14, оф. 23

Тел., факс (095) 253-12-29 www.omega-l.ru

Отпечатано с готовых диапозитивов
в полиграфической фирме «КРАСНЫЙ ПРОЛЕТАРИЙ»
127473, Москва, Краснопролетарская, 16

ISBN 5-98119-407-3

© И. В. Липсиц, 2004
© Омега-Л, 2015

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	7
Интернет-поддержка учебника.....	9
РАЗДЕЛ I. Микроэкономика.....	11
Глава 1. Главные вопросы экономики.....	13
§ 1. Что такое экономика.....	13
§ 2. Основы хозяйственной жизни человечества.....	16
§ 3. Ограниченность экономических ресурсов и порождаемые ею проблемы.....	27
§ 4. Главные вопросы экономики.....	34
Глава 2. Типы экономических систем.....	39
§ 5. Понятие об экономических системах. Традиционная система.....	39
§ 6. Рыночная система.....	41
§ 7. Командная система.....	44
§ 8. Смешанная экономическая система.....	48
Глава 3. Закон спроса и поведение покупателей.....	54
§ 9. Что такое спрос.....	54
§ 10. Типы товаров и особенности формирования спроса.....	59
§ 11. Общерыночные факторы формирования спроса.....	62
§ 12. Индивидуальный, рыночный и совокупный спрос.....	67
§ 13. Эластичность спроса, ее виды и причины существования.....	74
Глава 4. Закон предложения и логика бизнеса.....	81
§ 14. От чего зависит предложение товаров.....	81
§ 15. Цели деятельности фирмы.....	85
§ 16. Индивидуальное, рыночное и совокупное предложение.....	90
§ 17. Эластичность предложения и факторы ее формирования.....	96
Глава 5. Что такое фирма.....	108
§ 18. Зачем создаются фирмы.....	108
§ 19. Виды фирм.....	НО
§ 20. Что такое акционерное общество.....	115
Глава 6. Фирма на конкурентном рынке.....	122
§ 21. Экономическая эффективность фирм.....	122
§ 22. Экономическое значение конкуренции.....	128

<i>Глава 7. Издержки и прибыль фирмы в условиях конкуренции.</i>	137
§ 23. Виды прибыли.	137
§ 24. Виды издержек и их экономическое значение.	142
§ 25. Понятие о средних и маржинальных затратах.	146
§ 26. Влияние конкуренции на деятельность фирм.	152
<i>Глава 8. Экономические факторы успеха фирмы.</i>	161
§ 27. Экономическая логика создания фирмы.	161
§ 28. Экономические основы конкурентоспособности фирмы.	168
§ 29. Экономическое обоснование предпринимательского проекта.	173
§ 30. Где и как фирмы получают деньги для своего развития.	177
<i>Глава 9. Монополия и защита конкуренции.</i>	186
§ 31. Поведение фирмы в условиях монополии.	186
§ 32. Барьеры, защищающие монопольный рынок.	194
§ 33. Методы антимонопольного регулирования.	200
<i>Глава 10. Как рынок согласовывает спрос и предложение.</i>	211
§ 34. Формирование рыночных цен.	211
§ 35. Как достигается рыночное равновесие.	214
§ 36. Причины и следствия нарушения рыночного равновесия.	221
<i>Глава 11. Мир денег.</i>	229
§ 37. Причины возникновения, формы и функции денег.	229
§ 38. Роль денег как средства обмена.	234
§ 39. Роль денег как средства измерения.	236
§ 40. Роль денег как средства сбережения.	239
<i>Глава 12. Человек на рынке труда.</i>	244
§ 41. Экономическая природа рынка труда.	244
§ 42. От чего зависит спрос на рынке труда.	246
§ 43. Факторы формирования заработной платы.	248
§ 44. Факторы формирования предложения на рынке труда.	250
§ 45. Формирование заработной платы на рынке труда.	254
§ 46. Причины устойчивых различий в уровнях оплаты труда.	257
<i>Глава 13. Социальные проблемы рынка труда.</i>	265
§ 47. Профсоюзы и трудовые конфликты.	265
§ 48. За что борются профсоюзы.	268
§ 49. Что такое прожиточный минимум и минимальная зарплата.	272
§ 50. Договоры и контракты на рынке труда.	276
§ 51. Как добиться, чтобы человек работал хорошо.	279
<i>Глава 14. Как семьи получают и тратят деньги.</i>	286
§ 52. Источники семейных доходов.	286
§ 53. Семейные расходы и закономерности их изменения.	289
§ 54. Инфляция и семейная экономика.	291
<i>Глава 15. Неравенство доходов и его последствия.</i>	297
§ 55. Что порождает неравенство в благосостоянии.	297

§ 56. Регулирование неравенства доходов с помощью налогов.....	309
§ 57. Бедность как экономическая проблема.....	312
<i>Глава 16. Рынок финансового капитала.....</i>	<i>319</i>
§ 58. Сбережения и их превращение в капитал.....	319
§ 59. Устройство рынка капитала.....	327
§ 60. Формирование цен на рынке капитала.....	332
<i>Глава 17. Банковская система.....</i>	<i>341</i>
§ 61. Причины появления и виды банков.....	341
§ 62. Принципы кредитования.....	349
§ 63. Банки и структура денежной массы.....	353
§ 64. Как банки создают деньги.....	359
§ 65. Роль Центрального банка в регулировании кредитно-денежной системы страны.....	369
<i>Глава 18. Рынок земли и природных ресурсов.....</i>	<i>377</i>
§ 66. Частная собственность на землю и ее экономическое значение... ..	377
§ 67. Особенности функционирования рынка земли.....	384
§ 68. Рынок природных ресурсов.....	391
РАЗДЕЛ II. Макроэкономика.....	403
<i>Глава 19. Экономические проблемы безработицы.....</i>	<i>405</i>
§ 69. Что такое безработица.....	405
§ 70. Виды безработицы.....	408
§ 71. Что такое полная занятость.....	415
§ 72. Как можно сократить безработицу.....	418
<i>Глава 20. Законы денежного обращения.....</i>	<i>424</i>
§ 73. Факторы формирования величины денежной массы.....	424
§ 74. Причины и виды инфляции.....	427
<i>Глава 21. Экономический рост и экономическое развитие.....</i>	<i>437</i>
§ 75. Понятие экономического роста.....	437
§ 76. Факторы ускорения экономического роста.....	444
§ 77. Экономическое развитие.....	451
§ 78. Цикличность экономического роста и методы ее регулирования ..	456
<i>Глава 22. Экономические задачи государства.....</i>	<i>466</i>
§ 79. Экономические свободы и роль государства в их защите.....	466
§ 80. Причины вмешательства государства в экономическую жизнь ...	469
§ 81. Формы вмешательства государства в работу рыночной системы ..	475
<i>Глава 23. Государственные финансы.....</i>	<i>479</i>
§ 82. Принципы и методы налогообложения.....	480
§ 83. Понятие о государственном бюджете.....	491
§ 84. Причины и следствия возникновения государственного долга....	495
<i>Глава 24. Организация международной торговли.....</i>	<i>504</i>
§ 85. Причины возникновения международной торговли.....	504

§ 86. Регулирование внешней торговли и протекционизм.....	514
§ 87. Валютный рынок и конвертируемость валют.....	526
§ 88. Внешняя торговля России и проблемы ее развития.....	536
<i>Глава 25. Экономика мирового хозяйства.....</i>	<i>546</i>
§ 89. Глобальные экономические проблемы конца XX — начала XXI вв.....	546
§ 90. Экономика и экология: проблемы взаимодействия.....	552
Приложение I. Экономическое устройство России	
на рубеже XX–XXI вв.....	559
§ 1.1. К какой категории относится экономика России.....	559
§ 1.2. Государство как основа российской экономики.....	562
§ 1.3. Особенности российских предприятий и их приватизация.....	568
§ 1.4. Промышленность России: незавершенная цепь реформ.....	572
§ 1.5. Сельское хозяйство России: вопросы без ответов.....	583
Приложение II. Можно ли в России создать эффективную	
экономику, или почему неправ Паршев.....	590
Приложение III. Бизнес-планирование деятельности фирмы.....	602
§ 3.1. Понятие о бизнес-плане.....	602
§ 3.2. Выбор товара и конкурентной стратегии.....	604
§ 3.3. Оценка рынка сбыта.....	608
§ 3.4. Понятие о сегментации рынка.....	609
§ 3.5. Оценка емкости рыночного сегмента.....	612
§ 3.6. Оценка конкурентов.....	615
§ 3.7. Основные элементы плана маркетинга.....	617
§ 3.8. Организация сбыта товаров.....	618
§ 3.9. Методы ценообразования.....	619
§ 3.10. Проведение анализа цен и товаров конкурентов.....	622
§ 3.11. Выбор метода установления цен.....	622
§ 3.12. Установление окончательных размеров цен.....	624
§ 3.13. Учет мер государственного регулирования цен.....	625
§ 3.14. Обоснование плана производства.....	625
§ 3.15. Выбор поставщиков.....	626
§ 3.16. Выбор местоположения нового производства.....	630
§ 3.17. Выбор организационной формы.....	631
§ 3.18. Организация деятельности фирмы.....	636
§ 3.19. Организация трудовых отношений в фирме.....	637
§ 3.20. Элементы финансового плана.....	638
§ 3.21. Принципы привлечения инвестиций.....	640
§ 3.22. Риски в коммерческой деятельности.....	642
§ 3.23. Понятие о банкротстве фирмы.	
Способы разрешения ситуации банкротства.....	644
§ 3.24. Методы диагностирования опасности банкротства.....	646
§ 3.25. Составление резюме бизнес-плана.....	647
Словарь экономических терминов и понятий.....	649

Предисловие

В человеческом обществе нет ни одной сферы жизни, ни одной профессии, ни одной страны, где бы человек мог чувствовать себя абсолютно независимым от мира экономики, мог махнуть рукой на ее законы. Недаром ведь ученые, пытаясь в научных целях вообразить такого свободного от экономики человека, могли представить его лишь в образе Робинзона Крузо — единственного жителя необитаемого острова.

Все же остальные — хотят они того или нет и кем бы они ни были по профессии — вынуждены осознанно или бессознательно подлаживаться под требования мира экономики, чтобы жить в довольстве и радости, а не скитаться в поисках милостыни и временного крова над головой. Едва издав первый крик, мы попадаем в мир, где именно экономические причины определяют, например, в каких условиях проходили роды и хватит ли у врачей лекарств, чтобы выходить мать и младенца при необходимости. А окончив школу, мы уже сами оказываемся перед необходимостью выстроить свою жизнь с учетом экономических условий страны, где нам выпало жить. Именно эти условия определяют выбор нами своей профессии, комфортность нашей будущей жизни и даже ее продолжительность.

Конечно, все мы прокладываем свой путь в мире экономики по-разному: кто-то в качестве предпринимателя, кто-то в качестве наемного работника, кто-то становится профессиональным строителем или капитаном дальнего плавания, а кто-то выбирает свободную профессию, например, художника или артиста. Но кем бы мы ни стали, мы обречены всю жизнь решать экономические проблемы, думая о том, как заработать на жизнь и как разумнее использовать полученные доходы. И потому основные сведения об устройстве экономической системы общества столь же необходимы каждому, как элементарные сведения об анатомии (как иначе понять, что у тебя болит и опасно ли это для жизни?).

Этот учебник адресован студентам, обучающимся по специальностям, не относящимся к направлению «Экономика», т. е. будущим инженерам, врачам, строителям, художникам и многим другим. Его цель состоит в том, чтобы помочь всем им понять логику процессов в мире экономики — не затрудняя это понимание сложным математическим инструментарием, который изучают будущие профессиональные экономисты.

Появление этого учебника стало отражением того факта, что растет число университетов, где при подготовке специалистов самых разных

профессий их на первых курсах обучают экономической теории как одному из предметов, помогающих понять рамки, в которых живет та или иная отрасль. Немаловажно и то, что наша страна переживает один из самых трудных этапов своей истории, и наибольшее число проблем связано как раз с реформами в области экономики. Сейчас практически все мы вовлечены в труднейший процесс создания — в общем-то, с нуля — новой экономической системы общества. А потому потребность в экономически грамотных людях остра как никогда.

Знание логики экономических процессов необходимо не только тем, кто занимается их организацией по роду своей деятельности. Крайне непростая жизнь в экономике переходного типа — а именно такая существует сейчас в нашей стране — ставит перед любым гражданином массу трудных задач. Можно, конечно, пытаться искать наилучшие ответы на них на ощупь, интуитивно, но уж слишком велика при этом опасность ушибиться, причем крайне болезненно.

Чтобы этого не случилось, и был написан этот учебник. Его задача — помочь новым российским профессиональным специалистам понять причины и сущность тех проблем, с которыми им предстоит встретиться в недалеком будущем, и научиться находить наилучшие способы своего поведения в мире экономики. Конечно, этот учебник — не сборник рецептов на все случаи жизни, но с его помощью можно понять основную логику экономических процессов, что существенно облегчит поиск выхода из трудных экономических ситуаций.

Я очень надеюсь на то, что работать с этим учебником вам будет не просто полезно, но и интересно, ведь мир экономики полон конфликтов и необычных ситуаций. О некоторых из них я постарался рассказать, чтобы показать хозяйственную жизнь общества не только на основе строгих и логичных моделей экономической науки, но и во всем многоцветий столь разнообразной и долгой истории бизнеса и государственной политики.

Мир экономики — увлекательный мир, и мне хочется, чтобы вы это почувствовали. Насколько мне это удалось — судить вам, уважаемые читатели, а я буду весьма признателен за любые критические замечания и пожелания, которые вы сочтете возможным направить в адрес издательства или написать прямо мне (мой адрес электронной почты — ilipsitsl@yandex.ru), и я постараюсь их учесть в следующих изданиях учебника.

Игорь Липсиц,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой
«Маркетинга» Государственного университета — Высшая школа
экономики, Москва февраль 2004 г.

Интернет-поддержка учебника

Конечно, не все, что хотелось бы дать почитать по экономике, можно включить в одну книгу. Но если преподаватели или студенты заинтересованы в получении дополнительной информации по темам моего учебника, то дополнительные материалы можно бесплатно получить в Интернете.

Черкасова В.А. Книга для чтения по экономике для преподавателей экономики (архивированный файл в формате MS Word — ZIP, 111 Kb) // <http://www.hse.ru/inter/cher.zip>.

Агентство консультаций и деловой информации «Экономика» // <http://www.akdi.ru>.

Макроэкономическая статистика России (на сайте Экономической экспертной группы Министерства финансов Российской Федерации) // <http://www.eeg.ru>.

Макроэкономическая статистика России (на сайте Аналитической лаборатории «Веди») // <http://www.vedi.ru/statbase.htm#1>.

Аналитические доклады по экономическим проблемам России (на сайте «Национальной Электронной библиотеки») // <http://www.nns.ru/analytdoc/anal2.html>.

Обзоры состояния экономики России (на сайте Института экономики переходного периода) // <http://www.online.ru/sp/iet/trends/>.

Аналитические доклады по экономическим проблемам России (на сайте Экспертного института) // <http://www.exin.ru/test/doc.html>.

Перечень информационных ресурсов Интернета (в том числе по экономике) в помощь учащимся // <http://referats-tv.stars.ru/link/>.

Библиотека Либертариума (представлены книги и статьи Мизеса, Хайека, других авторов, несколько сборников, а также отдельные статьи) // <http://www.libertarium.ru/libertarium/library>.

Сорп. On-line учебники, статьи и обзоры по различным аспектам бизнеса // http://www.europrimex.com/education/center_line.htm.

E-MANAGEMENT (полнотекстовые публикации по вопросам экономики, менеджмента и маркетинга на предприятии) // <http://e-management.newmail.ru/>.

Институт экономики переходного периода (книги, статьи по проблемам экономики переходного периода) // <http://www.iet.ru/>.

I.Marketing (сайт, посвященный вопросам маркетинга: учебные пособия, монографии, статьи, программное обеспечение, конференции маркетологов) // <http://www.marketing.spb.ru/>.

Корпоративные финансы. Теория и практика финансового анализа, инвестиции, менеджмент, финансы. Антикризисное пособие. Архивы журнала «Аудит и финансовый анализ». Бизнес-планы реальных предприятий. Программы инвестиционного анализа и управления проектами // <http://www.cfin.ru/>.

Кризис мирового капитализма. Сорос Дж. (книга для всех, кого интересуют проблемы экономики, политических деятелей и их советников, специалистов исследовательских институтов и аналитических ведомств, специалистов по финансам) // <http://capitalizm.narod.ru/>.

История экономической мысли (eng) // <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3113/>.

Адреса в Интернете русских и иностранных сайтов с материалами по различным проблемам экономики // <http://www.econline.hl.ru/>.

РАЗДЕЛ I.

МИКРОЭКОНОМИКА

ГЛАВА 1.

ГЛАВНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

...Не мог он ямба от хорея,
Как мы ни бились, отличить.
Бранил Гомера, Феокрита;
Зато читал Адама Смита
И был глубокий эконом,
То есть умел судить о том,
Как государство богатеет,
И чем живет, и почему
Не нужно золота ему,
Когда **простой продукт имеет**.

А.С. Пушкин

Если посмотреть, о чем больше всего пишут российские газеты и говорит телевидение в начале XXI в., то обнаружится, что одна из основных тем — состояние экономики страны, проявляющееся в том, как растут цены, сколько денег тратится на образование, какие товары лежат на полках магазинов и что люди могут из этих товаров купить на свою заработную плату. Почему же об экономике идет так много разговоров, почему из-за нее спорят политики и простые люди, почему экономические новости иногда заставляют массы людей радоваться, огорчаться или тревожиться?

§ 1. Что такое экономика

Чтобы ответить на эти вопросы, нам предстоит разобраться во многих проблемах экономики. И самое первое, что нам надо сделать, — выяснить, что же слово «экономика» означает. Задача эта тем более существенна, что в русском языке термин «экономика» имеет два значения.

Во-первых, так называют способ организации деятельности людей, направленной на создание благ, необходимых им для потребления. Синонимом этого значения является понятие «хозяйство».

Во-вторых, «экономика» (или «экономике» — как принято писать в англоязычных странах) обозначает науку, которая исследует, как люди используют имеющиеся ограниченные ресурсы для удовлетворения сво-

их неограниченных потребностей в жизненных благах. Само название этой науки было дано великим ученым Древней Греции Аристотелем путем соединения двух слов: «эйкос» — «хозяйство» и «номос» — «закон», так что «**экономика**» в буквальном переводе с древнегреческого означает «законы хозяйства». Поскольку экономическая наука изучает поведение людей, то она относится к категории общественных (социальных) наук, так же, как история или философия, хотя применяемые в ней методы исследования предполагают более широкое использование математики и разнообразных графиков. Некоторые из них вы встретите и на страницах этого учебника — с их помощью вам будет легче разобраться в сущности различных экономических процессов и логике поведения участников хозяйственной деятельности.

Экономика — наука, изучающая поведение участников процесса хозяйственной деятельности.

В экономической жизни есть три главных участника: семьи, фирмы и государство (рис. 1.1). Они взаимодействуют между собой, координируя свою деятельность как непосредственно, так и через рынки **факторов производства** (т. е. ресурсов, с помощью которых можно организовать производство благ) и потребительских товаров (благ, которые непосредственно потребляются людьми).

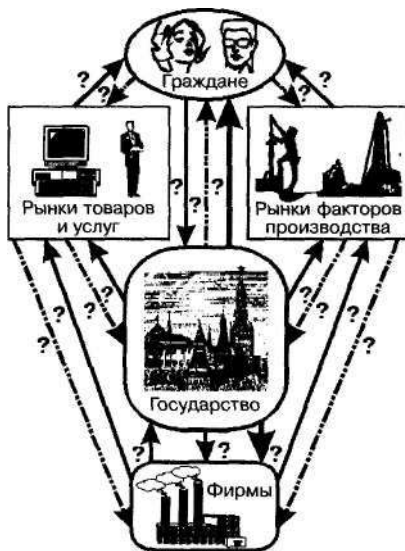


Рис. 1.1. Устройство экономики

Трудно переоценить роль, которую играют в экономической жизни общества фирмы и государство.

И все же главные действующие лица экономики — человек, семья.

Дело в том, что именно ради удовлетворения нужд людей, их конкретных потребностей в благах и должна осуществляться хозяйственная деятельность в любой стране.

Блага — все, что ценится людьми как средство удовлетворения своих нужд.

Кроме того, деятельность и фирм, и государственных организаций, равно как и события на тех или иных рынках, определяется решениями, которые принимают люди.

Вот почему экономическая наука изучает не объективные процессы наподобие природных явлений, а поведение людей в тех или иных хозяйственных ситуациях. Это поведение определяется субъективными желаниями и интересами людей, формирование которых имеет общие рациональные основания. Исследуя их, экономическая наука помогает людям, фирмам и государству лучше предвидеть последствия своих решений в сфере экономики.

Составить более полное представление о круге проблем, исследуемых экономической наукой, позволяет рис. 1.2.

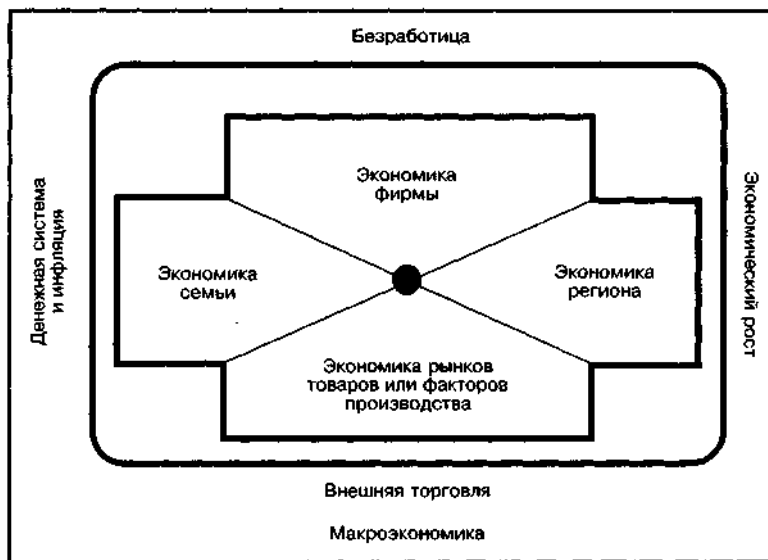


Рис. 1.2. Основные проблемы и разделы экономической науки

Как видим, принято различать:

1) *экономику семьи* (т. е. экономические процессы, связанные с хозяйством, которое ведет одинокий человек или группа близких людей, живущих вместе);

2) *экономику фирмы* (т. е. экономические процессы, связанные с деятельностью организаций, производящих блага для продажи);

3) *экономику региона* (т. е. экономические процессы, связанные с деятельностью фирм, расположенных в определенном регионе страны, и людей, которые там живут);

4) *экономику рынков факторов производства, товаров и услуг* (т. е. экономические процессы, связанные с куплей-продажей благ, непосредственно потребляемых людьми или используемых для организации деятельности фирм);

Факторы производства — ресурсы, используемые людьми для создания жизненных благ.

5) *общеекономические процессы* (т. е. процессы, которые влияют не только на экономику семьи, фирмы, региона или определенного рынка, но и на всю экономическую жизнь страны в целом).

Первые четыре раздела экономической науки обычно называют общим термином «микроэкономика», тогда как изучение общеэкономических процессов — забота макроэкономики.

В учебнике нас ждет знакомство именно с тем, как устроена хозяйственная жизнь общества, какие проблемы она порождает и как себя ведут люди, решая эти проблемы.

§ 2. Основы хозяйственной жизни человечества

Все живые обитатели Земли получают пропитание от природы, но лишь люди научились добывать блага, необходимые для удовлетворения своих потребностей, в объеме и ассортименте большем, чем может дать дикая природа.

Не все блага, впрочем, приходится реально добывать — воздух, например, мы не производим, он дарован нам природой. И поэтому экономическая наука разделяет все жизненные блага на две группы:

1) даровые блага;

2) экономические блага.

Даровые блага — это те жизненные блага (преимущественно природные), которые доступны людям в объеме куда большем, чем величина потребности в них. А потому их не надо производить, и люди могут по-

треблять их бесплатно. Именно к этой группе благ относятся воздух, солнечный свет, дожди, океаны.

Даровые блага — блага, имеющийся объем которых больше потребностей людей, а потребление их одними людьми не приводит к возникновению нехватки этих благ для других.

И все же основной круг потребностей людей удовлетворяется за счет не даровых, а экономических благ, т. е. тех товаров и услуг, объем которых:

- 1) недостаточен для удовлетворения потребностей людей в полной мере;
- 2) может быть увеличен лишь путем затраты факторов производства, т. е. тех элементов производственного процесса, без которых он невозможен;
- 3) приходится тем или иным способом распределять.

Экономические блага — средства удовлетворения человеческих потребностей, доступные людям в меньшем объеме, чем объем этих потребностей.

И если люди живут сейчас лучше, чем в древности, то это достигнуто благодаря увеличению объема и улучшению свойств именно этих благ (продовольствия, одежды, жилья и т. д.).

Человечество добилося этого вовсе не потому, что изобрело колесо, приручило диких животных, создало земледелие и научилось обращаться с огнем. Истинный источник нынешнего благосостояния и могущества народов Земли — чрезвычайно развитый механизм объединения усилий ради решения общих задач. Причем самая главная из них — производство все большего объема жизненных благ, т. е. создание условий для улучшения жизни людей.

Для производства жизненных благ люди используют ресурсы природы, свой труд и специальные приспособления (инструменты, оборудование, производственные объекты и др.). Все это и называется факторами производства.

Принято выделять три основных вида факторов производства:

- 1) труд;
- 2) земля;
- 3) капитал.

Говоря о труде как факторе производства, мы имеем в виду деятельность людей по производству товаров и услуг путем использования их физических и умственных возможностей, а также навыков, приобретенных в результате обучения и опыта работы. Иными словами, для орга-

низации производственной деятельности покупаются не способности людей как таковые, а право на использование этих способностей в течение некоторого времени для создания определенного вида благ. Таким образом, под покупкой труда имеется в виду покупка конкретных трудовых услуг на протяжении определенного периода времени.

Труд — использование умственных и физических способностей людей, их навыков и опыта в форме услуг, необходимых для производства экономических благ.

Это означает, что объем трудовых ресурсов общества зависит от численности трудоспособного населения страны и количества времени, которое это население может отработать за год.

Говоря о земле как факторе производства, мы подразумеваем все виды природных ресурсов, имеющихся на планете и пригодных для производства экономических благ. Размеры отдельных элементов природных ресурсов обычно выражаются площадями земель того или иного назначения, объемами водных ресурсов или полезных ископаемых в недрах.

Говоря о капитале, мы имеем в виду весь производственно-технический аппарат, который люди создали для увеличения своих сил и расширения возможностей изготовления необходимых благ. Проще говоря, капитал состоит из зданий и сооружений производственного назначения, станков и оборудования, железных дорог и портов, складов и трубопроводов, т. е. всего необходимого для реализации современных технологий производства товаров или услуг. Объем капитала обычно измеряют его суммарной денежной стоимостью.

Для удобства анализа экономических процессов нередко из труда выделяют еще одну разновидность факторов производства — предпринимательство. Этим словом мы будем обозначать услуги, которые могут оказывать обществу люди, наделенные следующими способностями:

- 1) умением правильно оценить, какие новые товары можно с успехом предложить покупателям или какие технологии производства имеющихся товаров стоит внедрить для достижения наибольшей выгоды;
- 2) готовностью принять на себя риск потери своих сбережений, вложенных в новый коммерческий проект, и некупаемости усилий и времени, потраченных на его реализацию;
- 3) умением координировать использование других факторов производства для создания нужных обществу благ.

Объем предпринимательского ресурса общества измерить практически невозможно. Косвенное представление о нем можно составить на основе данных о численности владельцев фирм, которые не только со-

здали их на свои деньги, но и сами осуществляют руководство ими. Так, по данным переписи населения 2002 г., оказалось, что в России предпринимателей, использующих наемный труд, примерно один миллион человек, что составляет 1,5% занятого населения. Плюс около двух миллионов (3%) — индивидуальных предпринимателей.

Отметим, что наемный руководитель (менеджер) не может быть назван предпринимателем: он ведет дело не на свои деньги и в случае неудачи фирмы может потерять только свою должность и заработную плату. Владелец фирмы может потерять все деньги, которые он вложил в ее создание.

В XX в. неизмеримо большее, чем прежде, значение для экономической деятельности приобрел еще один весьма специфический вид факторов производства — **информация**. Под информацией мы понимаем все те знания и сведения, которые необходимы людям для осознанной деятельности в мире экономики. Объем этого ресурса точному измерению не поддается, хотя его ценность огромна.

Совершенствуя способы использования экономических ресурсов (факторов производства), человечество положило в основу своей хозяйственной деятельности два важнейших элемента: **специализацию и торговлю**.

Мы можем говорить о разных типах и уровнях специализации:

- 1) специализации труда отдельных людей;
- 2) специализации деятельности хозяйственных организаций;
- 3) специализации экономики страны в целом.

Но в основе всей пирамиды специализации лежит специализация труда людей. Она основана на принципах, выработанных людьми за долгие века развития своего хозяйства. Важнейшими из них являются:

1. Сознательное разделение труда между людьми.
2. Обучение людей новым профессиям и навыкам.
3. Возможность кооперации, т. е. сотрудничества ради достижения общей цели (например, создания сложного изделия или строительства завода).

Специализация — сосредоточение определенного вида деятельности в руках того человека или хозяйственной организации, которые справляются с ней лучше других.

Разделение труда в человеческом обществе постоянно меняется, а сама схема специализации становится все более и более сложной.

Вспомнив историю, мы обнаружим, что специализация труда возникла впервые всего лишь около 12 тысяч лет тому назад, когда произошла Великая аграрная революция. Именно тогда люди впервые об-

наружили, что возделывание сельскохозяйственных культур позволяет не умирать с голоду и при оседлой жизни. А значит, можно больше не кочевать в поисках пищи и построить **СВОЙ ДОМ**.

Именно тогда произошло первое разделение труда: одни люди специализировались только на охоте, другие стали скотоводами или земледельцами. Ныне же перечни специальностей включают в себя тысячи профессий. Подавляющее большинство из них требует обучения (иногда многолетнего) особым навыкам и приемам труда.

В чем же состоит ценность специализации труда, почему она стала важнейшим камнем в фундаменте хозяйственной жизни общества? Тому есть несколько главных причин.

Во-первых, все люди от природы разные, а проще говоря, наделены разными способностями. Поэтому они неодинаково приспособлены к выполнению тех или иных видов работ. Специализация позволяет каждому человеку находить ту сферу деятельности, тот вид работ, ту профессию, где его способности проявятся наиболее полно, а труд будет наименее тягостен.

Во-вторых, специализация позволяет людям добиваться все большей умелости в осуществлении избранной для себя деятельности. А это дает возможность изготавливать блага или оказывать услуги со все более высоким уровнем качества.

В-третьих, рост умелости позволяет людям тратить на изготовление благ все меньшее количество времени и избегать его потерь при переключении с одного вида работ на другой.

Иными словами, специализация оказалась главным способом повышения **производительности** всех ресурсов (факторов производства), которые люди используют для производства нужных им экономических благ, и прежде всего того ресурса, который мы называем трудом.

Производительность — объем благ, который удастся получить от использования единицы определенного вида ресурсов в течение **фиксированного периода времени**.

Например, производительность труда представляет собой количество изделий, которое работник изготовил в единицу времени (например, за день, за месяц, за год). А производительность земли будет измеряться весом урожая, полученного с 1 га пашни в год.

Как на деле происходит рост производительности за счет углубления специализации, можно проследить на примере сборочного конвейера, придуманного знаменитым американским инженером и предпринимателем Генри Фордом.

Экономика в лицах

Генри Форд и производительность труда

Одним из самых замечательных, хотя и неоднозначных изобретений человечества в сфере специализации и разделения труда явился конвейер — могучее средство повышения производительности.

Его создателем был Генри Форд (1863-1947) — отец массового автомобилестроения, человек талантливый и жесткий. Идея конвейера родилась у него после того, как созданная им компания по производству автомобилей (третья по счету, поскольку две предыдущие разорились из-за нехватки у него опыта организации производства) перестала справляться с заказами, которые за один год увеличились вдвое.

И тогда весной 1913 г. в цехе по сборке магнето (основного элемента по сборке зажигания) Форд запустил первый в мире конвейер. Раньше сборщик магнето работал за столом, на котором у него был полный набор деталей для этого устройства: магнитов, болтов и клемм. Умелый сборщик за смену (9 ч.) собирал около 40 магнето.

По новой системе, каждый сборщик должен был выполнять лишь одну или две операции (т. е. специализировался в еще большей мере, чем раньше, когда он умел выполнять все операции по сборке магнето), прежде чем заготовка магнето переходила в руки его соседа.

Это позволило сократить время на сборку одного магнето примерно с 20 мин. до 13 мин. 10 сек. А когда Форд додумался заменить прежний низкий стол для сборки на поднятую повыше движущуюся ленту, которая сама задавала темп работе, время сборки сократилось до 5 мин. Легко подсчитать, что производительность труда при этом возросла в 4 раза!

Когда же принцип конвейерной сборки был внедрен Фордом во всех цехах, время на сборку ходовой части автомобиля уменьшилось с 12,5 ч. до 93 мин., т. е. производительность труда выросла в 8,1 раза. Это обеспечило рост производительности труда и всего завода Форда в целом. Когда в 1914 г. выпуск машин здесь увеличился в два раза, число работников удалось сохранить прежним. Между тем такое же увеличение выпуска в предыдущие годы требовало от Форда и двукратного увеличения числа наемных работников.

Этот выдающийся результат превратил компанию Форда в крупнейшую автомобильную фирму США и навсегда вписал его имя в историю человечества как одного из тех, чья изобретательность дала возможность людям найти новый способ повышения уровня благосостояния.

Такое увеличение производительности труда позволило Форду выпускать свои машины с куда меньшими затратами, чем у конкурентов, продавать их дешевле и захватить рынок. В этих условиях конкурентам не оставалось ничего иного, как тоже внедрять конвейер на своих предприятиях.

Именно благодаря специализации труда и росту на этой основе его производительности люди впервые столкнулись с возможностью и выгодностью перехода от случайного и нерегулярного обмена имевшимися благами к постоянной торговле ими. Ведь человек может удовлетворить свои потребности в благах только двумя мирными способами:

1) изготовить все, что ему нужно, самостоятельно (такой способ организации жизни обычно называют натуральным хозяйством или самообеспечением);

2) часть благ изготовить самостоятельно, а остальное обменивать у других на те блага, которые он создал собственным трудом.

Постепенно люди убедились в предпочтительности второго способа. Причина проста: рост производительности на основе специализации позволяет увеличить объем производимых благ. Если использовать дополнительно произведенные одними блага для обмена на блага, изготовленные другими, то в результате можно получить в свое распоряжение больший объем разнообразных благ по сравнению с их самостоятельным изготовлением.

Осознание этого факта побудило людей не заниматься обменом от случая к случаю, а сделать его основой своей жизни. Иными словами, люди обнаружили, что лучший результат приносят превращение созданных ими благ в товары и услуги и использование их для регулярного обмена.

Товар — материальный предмет, полезный людям и потому ценимый ими как благо.

Услуга — нематериальное благо, имеющее форму полезной людям деятельности.

Вот почему если кто-то способен изготавливать определенный вид благ лучше других (с абсолютно или относительно меньшими затратами ресурсов или с лучшими свойствами), то ему выгодно только этим и заниматься. Все остальные блага можно получить с помощью обмена.

Умение обмениваться благами — уникальная особенность людей, отличающая их от других обитателей Земли в не меньшей мере, чем прямохождение или способность мыслить. Великий шотландский экономист Адам Смит (1723—1790) остроумно подметил: «Никому никогда не приходилось видеть, чтобы собака сознательно менялась костью с другой собакой...»

Именно регулярный обмен товарами и услугами лежит в основе важнейшей сферы деятельности людей — торговли, т. е. обмена благами в форме купли-продажи товаров и услуг за деньги. Торговля соединяет

людей и фирмы, специализирующиеся на производстве определенных товаров или оказании различных услуг, в единое целое — хозяйство страны или планеты в целом. Без торговли развитие специализации оказалось бы невозможным, а значит, людям было бы труднее добиваться увеличения объема доступных им экономических благ.

Торговля — добровольный и взаимовыгодный обмен благами в форме купли-продажи товаров и услуг за деньги.

Более того, только сочетание специализации и торговли позволило разрешить противоречие между:

- стремлением людей получить в свое пользование огромное разнообразие различных благ и
- способностью каждого человека производить лишь ограниченный ассортимент благ.

Страницы экономической истории человечества

Как люди учились торговать

Везде, где есть торговля, там и нравы кротки.

*Шарль Луи Монтескье (1689-1755),
выдающийся французский мыслитель и историк*

Торговля родилась в незапамятной древности — она даже древнее земледелия.

В Европе археологи сумели найти доказательства существования торговли еще 30 000 лет назад, т. е. во времена палеолита — на заре каменного века. При этом изначально торговля шла между племенами, жившими далеко друг от друга (так что международная торговля родилась раньше внутренней).

Торг шел, прежде всего, предметами роскоши (драгоценными и отделочными камнями, редкими породами древесины, пряностями и шелками и т. п.), и вели его странствующие купцы — арабы, фризы, евреи, саксы, а потом и итальянцы, превратившиеся со временем в одну из ведущих торговых наций мира.

Купцы связывали народы и страны друг с другом, становясь попутно и дипломатами, и географами. Со временем в Европе появились даже так называемые торговые города: Венеция, Генуя и прибрежные города Германии, образовавшие Ганзейский союз, — Гамбург, Штеттин, Данциг и др.

Торговля сыграла огромную роль в истории человечества. Именно купцы становились инициаторами мореплавания в поисках неведомых земель, где можно было добыть дорогостоящие товары. Стоит вспомнить,

что и у Колумба главной целью плавания были сугубо торговые интересы. Он хотел найти более короткий путь к берегам Индии, чтобы легче и дешевле было везти в Европу экзотические и дорогостоящие пряности.

Но купцы внесли свой вклад в историю не только географических открытий (впрочем, как и пиратства и работорговли), но и рождения современной промышленности.

Вот что писал об этом великий экономист Адам Смит: *«Жители торговых городов вывозили из более богатых стран утонченные товары мануфактурного производства и драгоценные предметы роскоши и таким образом давали пищу тщеславию крупных землевладельцев, которые с жадностью покупали эти товары и оплачивали их огромными количествами сырого продукта своих земель... Когда же употребление этих изделий стало настолько общераспространенным, что вызвало значительный спрос на них, купцы, чтобы сэкономить издержки по перевозке, пытались основать производство подобного рода товаров у себя на родине».*

Так, из торговли, из купеческих денег стали рождаться сначала крупное ремесленное производство, а потом и мануфактуры — предвестницы нынешних заводов и фабрик.

Действительно, даже в своей комнате вы обнаружите блага, созданные разными видами специализированного труда: строителя, мебельщика, производителя стекла, изготовителя посуды, столяра, электрика, машиностроителя и т. д. Ни один человек не способен овладеть всем множеством профессий, необходимых для создания всего разнообразия благ, которыми мы сегодня пользуемся. Кроме того, создание каждого блага требует определенного времени, и если бы человек создавал все блага для себя самостоятельно, то многие свои потребности он смог бы — в лучшем случае — удовлетворить лишь на склоне дней.

Напротив, сочетание специализации и регулярного обмена плодами специализированного труда дает возможность людям получать блага:

- 1) в большем объеме;
- 2) в большем ассортименте;
- 3) быстрее.

Если страна умело сцепляет между собой «шестеренки» специализации и торговли, то тогда:

- специализация ведет к росту производительности;
- рост производительности увеличивает объем доступных людям благ;
- возросший объем благ предлагается к продаже и обеспечивает рост потребления этих благ людьми и рост соответственно доходов продавцов (производителей);
- полученные в результате торговли доходы направляются на развитие производства и совершенствование специализации труда.

Символически эту связь можно представить в виде часов, которые отмеряют ход экономического прогресса человечества (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Экономические часы

И пока циферблат этих часов цел, а стрелки идут в нужном направлении, страна богатеет, а люди в ней живут все лучше и лучше. Но если в стране нарушается процесс развития специализации или падает производительность, если торговля развита слишком слабо или люди не вкладывают часть своих доходов в развитие производства благ, тогда в этой стране возникают экономические трудности. А перебои или остановка часов экономического прогресса всегда приводят к одному и тому же результату: жить людям становится хуже.

Это правило относится ко всем странам. Даже к тем, гражданам которых, казалось бы, гарантировано зажиточное существование благодаря имеющимся в их распоряжении природным богатствам. Конечно, наличие таких богатств облегчает путь к высокому благосостоянию, но сами по себе богатства недр, пашен или лесов процветания не гарантируют.

Например, после окончания Второй мировой войны ряд стран Юго-Восточной Азии совершил гигантский скачок, обогнав по темпам развития своих экономик даже США (рис. 1.4).

Ныне некоторые из этих стран превратились в мощные экономические державы, заметно влияющие на все мировое хозяйство. Между тем природными ресурсами многие из них наделены очень скупо и начинали свой путь в крайней нищете.

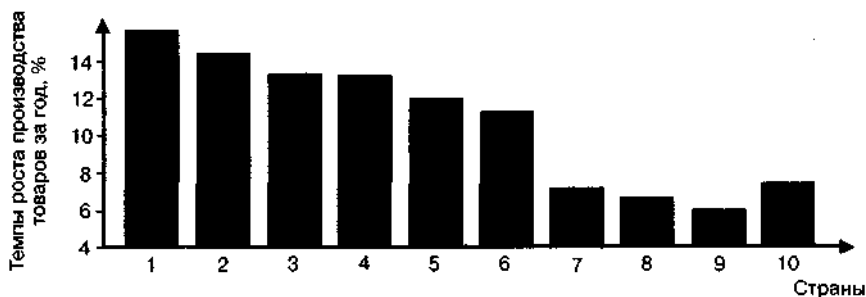


Рис. 1.4. Соотношения в темпах роста экономик стран Юго-Восточной Азии и США во второй половине XX в.: 1 — Гонконг; 2 — Южная Корея; 3 — Индия; 4 — Индонезия; 5 — Таиланд; 6 — Тайвань; 7 — Сингапур; 8 — Малайзия; 9 — Япония; 10 — США

Иной пример дает Россия. Ее природные богатства были огромны. Их рациональное использование могло сделать наш народ одним из самых зажиточных в мире. Но несмотря на то что большую часть XX в. Россия, находясь под господством планово-командной системы, тратила свои природные богатства в огромных масштабах, это не обеспечило нашим гражданам высокого уровня благосостояния.

Так, по недавним оценкам экспертов ООН, Россия находится сейчас по уровню богатства лишь на 53-м месте в мире. Отметим, что этот уровень богатства был определен с учетом:

- 1) природных ресурсов страны;
- 2) степени образованности нации;
- 3) достигнутого масштаба производства экономических благ.

Поскольку наши природные ресурсы неуклонно убывают, то удержаться на этом малопочетном месте, не говоря уже о том, чтобы подняться выше, Россия сможет, только увеличив масштабы производства полезных людям экономических благ и сохранив степень образованности своих граждан.

Решить эту задачу можно единственным способом — овладеть искусством рациональной организации экономической деятельности. Именно благодаря такому искусству достигнут высокий уровень благосостояния граждан развитых стран мира — даже тех, которые обделены природными богатствами.

Сегодня россияне — жители страны с огромными нефтегазовыми месторождениями и всемирно знаменитыми черноземными почвами — могут лишь мечтать о таком уровне благосостояния, который существует, скажем, в Голландии. Между тем это страна с прохладным клима-

том, не имеющая месторождений многих полезных ископаемых и отвоевывающая земли для фермеров у моря (почти половина территории этой страны лежит ниже уровня моря и защищена от затопления лишь дамбами). Зато голландцы добавили к своему трудолюбию прекрасное владение современными методами организации экономической жизни, и именно это обеспечивает им высокое качество жизни.

§ 3. Ограниченность экономических ресурсов и порождаемые ею проблемы

Первой задачей хозяйственной деятельности (экономики) было удовлетворение основных (биологических) нужд. Именно они являются основой формирования конкретных потребностей людей (необходимость утолить голод рождает потребность в определенных видах еды). Как видно на рис. 1.5, к числу основных относятся потребности людей:

- в пище;
- в одежде;
- в жилье;
- в безопасности;
- в лечении при заболеваниях.

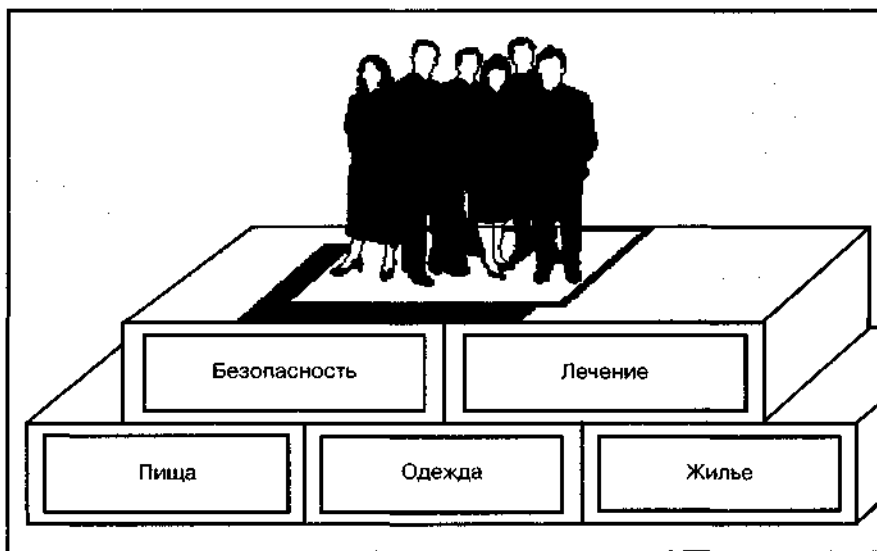


Рис. 1.5. Основные жизненные потребности людей

Понятно, что эти потребности отражают условия простого выживания людей. Впрочем, обеспечение даже этих условий образует задачу неимоверной сложности. Решить ее полностью человечество не смогло даже к концу XX в. — до сих пор на Земле миллионы людей голодают, лишены крова и элементарного медицинского обслуживания.

Однако в действительности перед хозяйственным механизмом нашей цивилизации стоит еще более сложная задача, и вот почему: круг потребностей людей куда шире, чем набор физиологических условий существования. Им издревле хотелось комфорта, развлечений, путешествий и много чего еще. Как писал русский поэт XVIII в. Михаил Матвеевич Херасков:

«Желаний никогда своих не умеряем;

Имея что-нибудь, мы лучшего желаем».

Но для удовлетворения всех этих потребностей нужно намного больше ресурсов, чем всегда было доступно человечеству.

Человечество столкнулось с такой ограниченностью еще на заре своей истории, когда единственным необходимым людям фактором производства была земля, т. е. ресурсы самой природы, поскольку именно ее плоды были для наших далеких предков единственным доступным видом благ.

Возникновение разрыва между материальными желаниями людей и возможностями их удовлетворения условно изображено на рис. 1.6. Здесь полого поднимающаяся линия — ресурсы природы, доступные человечеству. Их увеличение происходит прежде всего за счет разработки месторождений полезных ископаемых, строительства гидроэлектростанций, освоения целинных земель и т. д. Линия, круто поднимающаяся вверх, — человеческие потребности. Как нетрудно заметить, первый период развития человечества проходил в условиях, когда потенциальные возможности природы прокормить немногочисленный род людской превосходили его потребности. Но со временем благодаря росту численности людей и нарастанию масштабов их потребностей человечество оказалось в принципиально новой ситуации (зона с надписью «Дефицит»).

11-16 тысяч лет назад, как утверждают археологи, человечество впервые столкнулось с угрозой вымирания из-за нехватки пищи для возросших по численности людских племен, и спастись ему удалось только за счет изобретения земледелия.

С тех пор потребности людей и численность населения планеты продолжают постоянно возрастать. Хотя человечество за минувшие тысячи лет научилось использовать для получения жизненных благ не только ресурсы природы, но и другие факторы производства (труд и капитал), прирост их объема все равно отстает от роста потребностей людей.

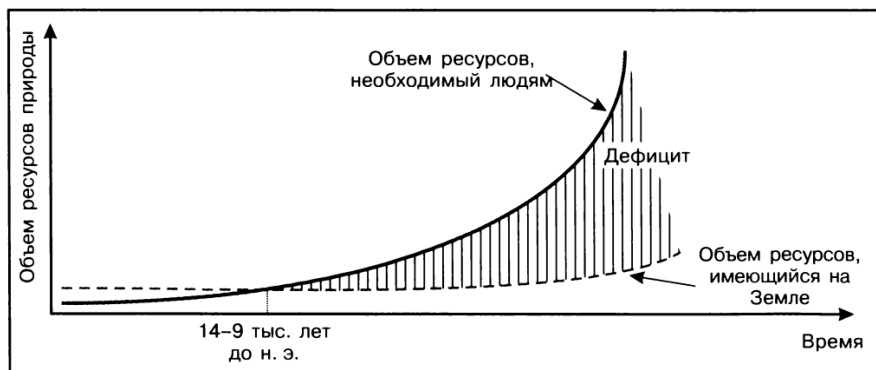


Рис. 1-5.

Рис. 1.6. Причины возникновения экономической ограниченности природных ресурсов

Именно это является главной экономической проблемой, которая определяет всю жизнь общества и находится в центре внимания экономической науки. Проблема заключается в ограниченности факторов производства и производимых с их помощью благ относительно потребностей людей.

Ограниченность — явление всеохватывающее. За исключением небольшого числа благ — воздуха, дождя, солнечного тепла, все остальные средства удовлетворения человеческих потребностей имеются только в ограниченном объеме. Важно подчеркнуть, что мы говорим об ограниченности именно в экономическом, а не в чисто физическом смысле.

Действительно, если мы знаем, что в недрах Земли имеется 128,6 млрд т нефти, то это — информация о физической ограниченности данного ресурса. Но если бы нефть не использовалась людьми, то эта физическая ограниченность не составляла бы экономической проблемы. Однако люди активно используют нефть, и если бы она имелась у всех стран мира и была столь же доступна, как воздух или солнечный свет, то масштабы ее потребления были бы куда больше, чем возможно обеспечить сегодня. Сейчас же нефть достается только тем, кто способен оплатить затраты на ее добычу и транспортировку.

Следовательно, экономическую проблему образует не физическая ограниченность ресурса, а именно возможность получить его лишь путем затраты иных ресурсов.

Для примера вернемся к уже упомянутой нефти. Чтобы добыть ее дополнительный объем из недр Земли, необходимо потратить массу других ограниченных ресурсов: электроэнергию на бурение скважин или выкачивание нефти из глубин месторождения, труд нефтяников, металл (из которого изготавливают нефтяное оборудование и трубы нефтепроводов) и т. д.

Таким образом, хозяйственная деятельность человечества несколько напоминает вечное перекраивание тришкиного кафтана — чтобы удовлетворить одну потребность, приходится изымать ресурсы из сферы удовлетворения других. Конечно, рост возможностей человечества и объема используемых им ресурсов позволяет постоянно увеличивать размер этого «кафтана», и человечество чувствует себя в нем все лучше и лучше. Но проблема распределения ограниченных ресурсов между сферами использования (сферами создания различных благ), соперничающими за право их получения, остается по-прежнему на повестке дня.

Почему экономические ресурсы (факторы производства) всегда относительно ограничены?

Ограниченность — недостаточность объема имеющихся ресурсов всех видов для производства того объема благ, который люди хотели бы получить.

Ограниченность труда связана с тем, что число трудоспособных жителей любой страны строго фиксировано в любой момент времени. Кроме того, по своим физическим и умственным способностям, имеющимся навыкам лишь часть граждан пригодна для выполнения конкретных видов работ. Эти ограничения можно ослабить, например, за счет приглашения рабочих из-за рубежа (так в 60—70-х годах поступали многие страны Европы, нанимая рабочих в слаборазвитых странах) или переобучения и подготовки работников по наиболее дефицитным специальностям. Но на все это нужно время, а моментального расширения рамок рабочей силы добиться невозможно.

Ограниченность земли (природных ресурсов) определяется географией страны и наличием в ее недрах месторождений полезных ископаемых. Меру этой ограниченности можно несколько снизить превращением ранее бесплодных почв в сельскохозяйственные угодья или, скажем, организацией добычи нефти со дна моря. Но и на это нужно время. Кроме того, даже самые крупные затраты на поиск полезных ископаемых не гарантируют их обнаружения, если природа поскупилась на такой подарок данной стране.

Ограниченность капитала определяется предыдущим развитием страны, тем, какой производственный потенциал она успела накопить. Эту

ограниченность можно сократить (но не преодолеть, поскольку экономическая ограниченность непреодолима), построив новые заводы, шоссе, линии газопроводов и изготовив дополнительное оборудование. Но на все это нужно немало времени, а также затрат других ресурсов.

Ограниченность предпринимательства обусловлена тем, что природа далеко не каждого наделяет талантом предпринимателя. Недаром и сегодня мы помним имена выдающихся русских предпринимателей конца XIX — начала XX вв.: Рябушинских, Морозовых, Елисеевых, Кузнецовых, Мамонтовых и др.

Ограниченность ресурсов порождает несколько важнейших последствий.

Прежде всего, люди издавна начали закреплять экономические ресурсы в собственность. Они договорились о том, что отдельный человек или группа людей могут ресурсами полновластно:

- *владеть*, т. е. фактически ими обладать;
- *пользоваться*, т. е. иметь право использовать их по своему усмотрению для получения текущего дохода;
- *распоряжаться*, т. е. иметь право передать их другим лицам, например продать.

Остальные люди должны уважать это право собственности и не вправе под угрозой наказания пытаться силой отнять ресурсы, находящиеся в чужой собственности. К такому устройству жизни люди пришли ценой большой крови и множества жизней, поскольку попытки передела собственности всегда вызывали (и вызывают) яростное сопротивление прежних владельцев (вспомним хотя бы историю Гражданской войны в России в 1918—1921 гг.).

Закрепление ресурсов в собственности граждан и их объединений позволяет владельцам предоставлять эти ресурсы тем, кто в них нуждается, за плату. Следовательно, собственность на ресурсы становится источником доходов для их владельцев. Формы этого дохода могут быть самыми различными и зависят от вида продаваемых ресурсов и типа собственности (рис. 1.7).

Если владелец обладает только способностью трудиться и продает именно ее, т. е. идет работать по найму, то получает за это заработную плату.

Владелец земельного участка или другого природного ресурса с жестко фиксированным объемом, использующий его для хозяйственных целей сам или предоставляющий эту возможность другим, получает доход, называемый *рентой* (от лат. *reddita* — «уплаченное»).

Владелец капитала (зданий, сооружений, оборудования), использующий его для обеспечения деятельности своей фирмы, получает доход в форме части **прибыли** этой фирмы.



Рис. 1.7. Виды собственности

Прибыль — превышение выручки от продаж товаров над общей суммой затрат на их изготовление и продажу.

А если он предоставляет право временно пользоваться этим капиталом другим лицам и фирмам, то получает за это плату в виде *процента*. Такое название этого дохода обусловлено тем, что его размер обычно определяется в процентах от денежной стоимости капитала.

Стоимость — денежная сумма, которая уплачена при покупке или может быть получена при продаже определенного объема товаров и услуг.

Другим последствием ограниченности ресурсов относительно потребности в них людей является проблема выбора.

Она состоит в том, что людям всегда приходится выбирать, на что потратить эти ресурсы, на производство каких благ или услуг их направить.

Кроме того, выбирая один вариант использования ограниченных ресурсов, люди теряют возможность использовать их по иному назначению. Значит, любой выбор имеет своим последствием некие потери, т. е. упущенную выгоду от альтернативного использования ограничен-

ных ресурсов. Эти потери в экономической науке принято называть **альтернативными издержками**.

Альтернативные издержки — ценность для человека наиболее предпочтительного из благ, получение которых становится невозможным при избранном способе использования ограниченных ресурсов.

Чтобы определить эти издержки, вспомним, что из-за ограниченности ресурсов отвергнутые варианты решения просто невозможно воплотить: необходимые для этого ресурсы уже потрачены на реализацию выбранного варианта. Скажем, если пашня занята под посадки гречихи, то физически невозможно одновременно вырастить тут еще и картофель.

Эти отвергнутые варианты, а значит, те блага, которые они могли нам принести, и образуют основу формирования альтернативных издержек. Причем именно основу, а не сами издержки, потому что эти издержки, как и любые иные издержки, обычно определяются однозначно. В качестве их не может выступать упущенная выгода сразу по всем вариантам благ, ставших недоступными после сделанного выбора.

Право именоваться такими издержками имеет лишь ценность того блага, которое по желанности стояло на втором месте после выбранного варианта действий.

Чтобы легче было понять, о чем идет речь, разберем пример. Допустим, что у вас есть сумма денег, которой хватит на то, чтобы купить либо велосипед, либо костюм, либо модные туфли. Больше всего вам хочется приобрести новый велосипед. На втором месте по желанности стоит костюм, а туфли по шкале ценностей попадают лишь на третье место.

Тогда, если вы действительно потратите деньги на велосипед, ценой такого выбора окажется костюм (но не туфли или костюм и туфли вместе взятые).

Предпринимательство — особый род таланта. Специалисты считают, что в любой стране к такой деятельности способны не более 3—5% граждан. И для таких людей — коммерсантов от Бога — желание заняться предпринимательством порой оказывается сильнее страха смерти.

Так, в СССР частное предпринимательство десятилетиями считалось уголовным преступлением и каралось жесточайше, вплоть до расстрела. И тем не менее всегда существовали подпольные фирмы, «цеха», прекрасно организовывавшие свою деятельность, хотя и на основе нелегально полученного сырья и оборудования (легально-то получить его было нельзя!). Например, в 60-е годы советская печать много писала об уголовном деле группы предпринимателей, организовавших нелегаль-

ный цех по изготовлению женских кофточек. За взятки большому начальству они получили шерстяную пряжу и необходимое оборудование. Цех начал выпускать красивые и теплые кофточки, которые охотно покупали женщины по всей стране, и продажи фирмы достигали сотен тысяч рублей — огромной по тем временам суммы.

«Преступники» были пойманы отделом по борьбе с хищениями социалистической собственности — специальным подразделением милиции, боровшимся с предпринимателями наравне с обычными жуликами.

Был организован показательный суд. Руководителей фирмы приговорили к расстрелу, а остальных отправили на длительные сроки заключения в лагеря. Созданное ими производство ликвидировали, а кофточки стали покупать за валюту в других странах, поскольку государственные предприятия ничего подобного (даже из того же самого сырья) делать не умели.

Десять лет спустя аналогичное уголовное дело было возбуждено против группы одесских предпринимателей. Они организовали подпольный цех по производству поддельных джинсов фирмы «Lee». По оценкам экспертов, эти джинсы по качеству ничуть не уступали оригинальным изделиям знаменитой фирмы.

Предпринимателей судили. Но не за подделку чужой марки, что было бы справедливо, а за сам факт занятия частным бизнесом. Но государственные фабрики аналогичных джинсов сшить не могли. А поскольку джинсы были остродефицитным товаром, то пришлось покупать оборудование и технологию джинсового производства в Италии. Расплачиваться за эти поставки (и за джинсы, которые все равно нужно было импортировать со всего мира, даже из Индии) пришлось валютой, полученной от продажи за рубежом нефти и газа.

Иными словами, как это ни покажется странным на первый взгляд, предпринимательский талант — это такое же национальное богатство, как нефть, золото или алмазы.

§ 4. Главные вопросы экономики

Человечеству приходится делать выбор в мире экономики на каждом шагу. Люди вынуждены постоянно искать ответы на несколько **ГЛАВНЫХ ВОПРОСОВ ЭКОНОМИКИ**:

1. **ЧТО И В КАКОМ КОЛИЧЕСТВЕ ПРОИЗВОДИТЬ**, т. е. какие товары и услуги должны быть предложены потребителям?

2. **КАК ПРОИЗВОДИТЬ**, т. е. какой из способов изготовления благ с помощью имеющихся ограниченных ресурсов следует применить?

3. КАКИМ ОБРАЗОМ РАСПРЕДЕЛЯТЬ произведенные товары и услуги, т. е. кто может претендовать на их получение в свою собственность?

Отвечая на первый вопрос, люди в конечном счете распределяют ограниченные ресурсы между производителями различных благ. Скажем, если мы решили из имеющегося у нас металла изготавливать холодильники, то металл поступит на предприятия, которые производят холодильники, а не кухонные плиты. И плиты произведены не будут.

Решая, «как производить», люди выбирают предпочтительные для них способы (технологии) изготовления того набора благ, который явился ответом на вопрос «что производить?». Например, любимый в России продукт питания — картофель — можно выращивать на подсобных участках, используя преимущественно ручной труд и природные удобрения. Но то же количество картофеля можно получить в крупных аграрных предприятиях с применением мощной сельхозтехники и минеральных удобрений, производимых химической промышленностью.

Каждый из возможных вариантов технологических решений предполагает свою комбинацию и масштабы использования ограниченных ресурсов (один более трудоемок, другой более энергоемок, третий требует большего капитала и т. д.).

Ограниченность экономических ресурсов, а также многовариантность их использования определяют, с одной стороны, диапазон, в котором человек, фирма или страна в целом могут принимать решения, и экономические последствия реализации выбранного решения — с другой.

Чтобы представить проблему выбора более наглядно, экономическая наука пользуется специальным графиком, который называется кривой производственных возможностей (рис. 1.8). Она состоит из множества точек, каждая из которых соответствует одной из комбинаций объемов выпуска различных благ при условии полного использования ресурсов, имеющихся у страны. Чем больше у страны ресурсов, тем больший объем каждого из благ, конкурирующих за ресурсы, можно произвести и тем дальше проходит эта кривая от начала координат.

Рис. 1.8 графически изображает проблему, которую приходится решать каждый день любой фирме и любой стране, а именно: какой набор благ производить из бесчисленного множества возможных вариантов, доступных при имеющихся ресурсах и технологии производства.

Для простоты предположим, что экономика страны может производить всего два вида благ: танки, необходимые для защиты страны от врагов, и грузовики для перевозки мирных грузов. И тот и другой вид благ производится из металла, ресурсы которого всегда, в любой момент времени ограничены и известны.

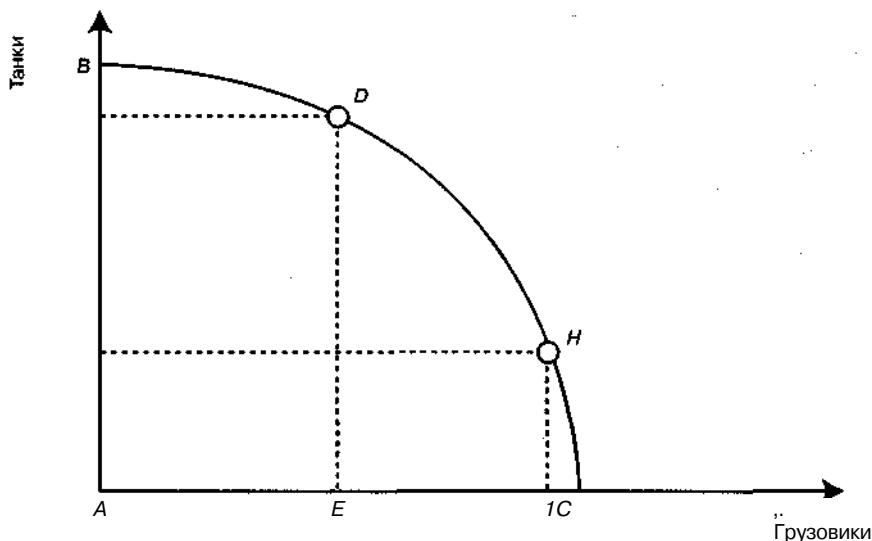


Рис. 1.8. Кривая производственных возможностей

Мы можем пустить весь имеющийся металл на производство танков и тогда не изготовим ни одного грузовика. Этот вариант на графике обозначает точка *B*. Или, напротив, потратить весь металл на грузовики, остановив все танковые заводы (точка *C*).

Наконец, что более реально, мы можем часть металла направить на танковые заводы, а часть — на заводы по производству грузовиков. Тогда мы получим некоторую комбинацию масштабов выпуска обоих видов продукции. Например, если на производство танков пойдет большая часть металла, то мы получим комбинацию, которой соответствует точка *D*. Направив же большую часть металла на производство грузовиков, мы получим, скажем, комбинацию выпусков, которой соответствует точка *H*.

В реальной действительности таких комбинаций выпуска альтернативных видов благ, конкурентно производимых из одних и тех же видов ресурсов, может быть множество.

И потому выбор лучшего варианта — задача всегда непростая, требующая сопоставления, взвешивания ценности различных ресурсов. Для ее решения экономисты разработали специальные, иногда весьма изощренные методы, которым обучают в вузах и бизнес-школах.

Отвечая на вопрос: «Каким образом распределять изготовленные блага?» — люди, по сути дела, решают, кому сколько благ должно дос-

таться в конечном итоге. Должны ли все получить поровну или нет? А если не поровну, то кому сколько? И если кому-то можно и нужно выделить благ больше, чем другим, то на сколько больше? И как осуществить такое распределение, не вызывая в людях озлобления из-за несправедливости различий в комфортности жизни?

За свою историю человечество пробовало отвечать на этот экономический вопрос, опираясь на следующие принципы:

- *право сильного* — лучшее и в большем объеме получает тот, кто может отобрать блага у слабейшего силой кулака или оружия;
- *принцип уравнительности* — каждый получает примерно поровну, чтобы «никому не было обидно»;
- *принцип очереди* — благо достается тому, кто раньше занял место в очереди желающих это благо получить.

Жизнь доказала пагубность использования этих принципов, поскольку они подрывают интерес людей к более производительному труду. Ведь даже если трудиться лучше других и получать за это больше них, то приобретение желанного блага совсем не гарантировано. Поэтому в подавляющем большинстве стран мира (и во всех богатейших странах) сегодня преобладает сложный механизм рыночного распределения, в основе которого лежит *денежный принцип распределения* — благо достается тому, кто способен за него уплатить цену, устраивающую продавца.

Основные выводы

1. Термином «экономика» обозначают способ организации деятельности людей, направленной на создание необходимых им благ, а также науку, изучающую закономерности поведения людей в процессе этой деятельности. Основными действующими лицами хозяйственной деятельности являются люди (семьи), фирмы и государство. Они координируют свою деятельность как на основе прямых контактов, так и взаимодействуя через рынки. Соответственно экономическая наука изучает проблемы организации деятельности рынков, фирм, государственных организаций, а также проблемы, связанные с семейной экономикой. Этот круг проблем относится к разделу, называемому микроэкономикой. Проблемы, которые затрагивают всю экономическую жизнь страны (денежная система и инфляция, безработица, экономический рост, внешняя торговля и мировая экономика), изучаются макроэкономикой.

2. Сотрудничество в сфере экономики позволяет людям быстрее наращивать благосостояние. Основой такого сотрудничества является специализация, повышающая производительность использования основных видов производственных ресурсов. Развитие специализации становится возможным только благодаря существованию торговли, позволяющей обмениваться плодами специализированного труда.

3. Главной экономической проблемой человечества является относительная безграничность человеческих потребностей и ограниченность экономических ресурсов (труда, природных ресурсов, капитала и предпринимательского таланта) относительно этих потребностей. Это заставляет людей делать выбор, сопоставляя ценность выбираемых благ и ту цену выбора, которую при этом приходится платить.

4. Организуя свою хозяйственную деятельность, человечество вынуждено постоянно искать ответы на главные экономические вопросы: что производить? как производить? каким образом распределять произведенное? когда использовать ресурсы? Именно степень умелости в поиске наиболее рациональных ответов на эти вопросы и определяет в конечном итоге богатство любой страны и благосостояние ее граждан.

Контрольные вопросы

1. Какие два значения имеет слово «экономика»?
2. Что изучает экономическая наука?
3. Для чего люди создали экономику?
4. Что такое экономические блага и чем они отличаются от даровых благ?
5. Перечислите основные преимущества специализации.
6. При каком условии преимущества специализации могут быть реализованы?
7. Каковы основные виды экономических ресурсов?
8. Какие основные права имеет владелец по отношению к своей собственности?
9. Почему людям все время приходится делать выбор в сфере экономики?
10. Какие основные проблемы должна решать экономика любой страны?
11. Какие принципы распределения вы знаете и чем они различаются?
12. Как изменится вид кривой производственных возможностей страны, если в ней начнут разрабатываться новые месторождения полезных ископаемых?

Вопросы для обсуждения

1. Можно ли надеяться, что прогресс науки и техники когда-нибудь сможет преодолеть относительную ограниченность ресурсов?

2. Почему реализация принципа уравнительности в распределении благ замедляет рост благосостояния всех граждан страны?

ГЛАВА 2.

ТИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Сомнение вызывает не возможность планирования...

но возможность успешного планирования.

Ф.А. Хайек

Если спросить экономиста, что сейчас происходит в России, он ответит, что идет строительство рыночной экономики вместо командной. Ну и что это значит? Какая разница? Что меняется, если к слову «экономика» вместо одного прилагательного — «командная» — добавляется другое — «рыночная»?

§ 5. Понятие об экономических системах.

Традиционная система

Чтобы лучше понять, какие трудные и даже драматические перемены в жизни всей страны и каждого из ее граждан влечет за собой такая «смена прилагательных», нам надо разобраться в том, как сложилась современная экономика, как человечество научилось находить ответы на ее главные вопросы, оглянуться назад и проанализировать тысячелетнюю историю развития **экономических систем** цивилизации.

В зависимости от способа решения главных экономических проблем и типа собственности на экономические ресурсы мы можем выделить четыре основных типа экономических систем:

- 1) традиционная;
- 2) рыночная (капитализм);
- 3) командная (социализм);
- 4) смешанная.

Из них самая древняя — **традиционная экономическая система.**

Например, если племя на протяжении нескольких поколений выращивало, скажем, ячмень, то оно и дальше будет склонно делать то же самое. Вопросы типа: выгодно ли это? стоит ли выращивать что-то иное? какой способ организации производства более рационален? — здесь просто не приходят никому в голову.

Конечно, традиции со временем тоже меняются, но очень медленно и лишь в силу существенных изменений внешних условий жизни племени или народности. При стабильности этих условий традиции хозяйственной жизни могут сохраняться очень долго. В России, например, по сей день можно обнаружить элементы традиционной экономической системы в организации жизни народов Севера.

Традиционная экономическая система — способ организации экономической жизни, при котором земля и капитал находятся в общем владении племени, а ограниченные ресурсы распределяются в соответствии с длительно существующими традициями.

Что касается собственности на экономические ресурсы, то в традиционной системе она чаще всего была коллективной, т. е. охотничьи угодья, пашни и луга принадлежали племени или общине.

Со временем основные элементы традиционной экономической системы перестали устраивать человечество. Жизнь показала, что факторы производства используются более эффективно, если они находятся в собственности отдельных людей или семей, а не в коллективной собственности. Ни в одной из богатейших стран мира основой жизни общества не является коллективная собственность. Но во многих беднейших странах мира остатки такой собственности сохранились. И это не случайно.

Например, бурное развитие сельского хозяйства России пришлось лишь на начало XX в., когда реформы П.А. Столыпина разрушили коллективное (общинное) владение землей, сменившееся на владение землей отдельными семьями. Затем пришедшие к власти в 1917 г. коммунисты фактически восстановили общинное землевладение, объявив землю «общенародной собственностью».

Построив свое сельское хозяйство на коллективной собственности, СССР так и не смог на протяжении 70 лет XX в. добиться продовольственного изобилия. Более того, к началу 80-х годов положение с продовольствием стало настолько плохим, что КПСС была вынуждена принять специальную «Продовольственную программу», которая, впрочем, тоже не была выполнена, хотя деньги на развитие аграрного сектора были потрачены огромные.

Напротив, сельскому хозяйству европейских стран, США и Канады, основанному на частной собственности на землю и капитал, решить задачу создания продовольственного изобилия удалось. И настолько успешно, что фермеры этих стран смогли немалую долю своей продукции вывозить в другие регионы мира.

Практика показала, что рынки и фирмы лучше решают задачу распределения ограниченных ресурсов и увеличения объемов производства жизненных благ, чем советы старейшин — органы, принимавшие принципиальные экономические решения в традиционной системе.

Вот почему традиционная экономическая система со временем перестала быть основой организации жизни людей в большинстве стран мира. Ее элементы ушли на задний план и сохранились лишь осколками в форме разных обычаев и традиций, имеющих второстепенное значение. В большинстве стран мира ведущую роль играют иные способы организации хозяйственного сотрудничества людей.

§ 6. Рыночная система

На смену традиционной пришла **рыночная система** (капитализм).

Основу этой системы составляют (рис. 2.1):

- 1) право **частной собственности**;
- 2) частная хозяйственная инициатива;
- 3) рыночная организация распределения ограниченных ресурсов общества.



Рис. 2.1. Основы капиталистической (рыночной) экономической системы

Право частной собственности есть признаваемое и защищаемое законом право отдельного человека владеть, пользоваться и распоряжаться определенным видом и объемом ограниченных ресурсов (например,

участком земли, месторождением угля или фабрикой), а значит, и получать от этого доходы. Именно возможность владеть таким видом производственных ресурсов, как капитал, и получать на этой основе доходы обусловила второе, часто употребляемое название этой экономической системы — капитализм.

Частная собственность — признаваемое обществом право отдельных граждан и их объединений владеть, пользоваться и распоряжаться определенным объемом (частью) любых видов экономических ресурсов.

Поначалу право частной собственности защищалось лишь силой оружия, а собственниками были только короли и феодалы. Но затем, пройдя долгий путь войн и революций, человечество создало цивилизацию, в которой стать частным собственником смог каждый гражданин, если его доходы позволяли приобрести собственность.

Право частной собственности дает возможность владельцам экономических ресурсов самостоятельно принимать решения о том, как их использовать (лишь бы это не наносило ущерба интересам общества). Вместе с тем эта почти неограниченная свобода распоряжения экономическими ресурсами имеет оборотную сторону: владельцы частной собственности несут всю полноту экономической ответственности за выбранные ими варианты ее использования. Иными словами, при удачном решении им достается вся выгода, зато при ошибочном решении они рискуют потерять часть или даже всю принадлежащую им собственность.

Частная хозяйственная инициатива есть право каждого владельца производственных ресурсов самостоятельно решать, каким образом и в какой мере использовать их для получения дохода. При этом благосостояние каждого определяется тем, насколько успешно он может продать на рынке ресурс, которым владеет: свою рабочую силу, навыки, изделия своих рук, собственный земельный участок, продукцию своей фабрики или умение организовывать коммерческие операции. Тот, кто предложит покупателям наилучший товар и на более выгодных условиях, оказывается победителем в борьбе за деньги покупателей и открывает себе дорогу к росту благосостояния.

И, наконец, собственно *рынки* — определенным образом организованная деятельность по обмену товарами.

Именно рынки:

- 1) определяют степень удачливости той или иной хозяйственной инициативы;
- 2) формируют величину доходов, которые собственность приносит своим владельцам;

3) диктуют пропорции распределения ограниченных ресурсов между альтернативными сферами их использования.

Достоинство рыночного механизма состоит в том, что он заставляет каждого продавца думать об интересах покупателей, чтобы добиться выгоды для себя самого. Если он этого делать не будет, то его товар может оказаться ненужным или слишком дорогим и вместо выгоды он получит одни убытки. Но и покупатель вынужден считаться с интересами продавца — он может получить товар, лишь уплатив за него сложившуюся на рынке цену.

Рыночная система (капитализм) — способ организации экономической жизни, при котором капитал и земля находятся в собственности отдельных лиц, а ограниченные ресурсы распределяются с помощью рынков.

Рынки, основанные на конкуренции, стали самым удачным из известных человечеству способов распределения ограниченных производственных ресурсов и созданных с их помощью благ.

Конкуренция играет сегодня огромную роль в организации хозяйственной деятельности, накладывая значительный отпечаток на устройство экономики. Люди, пытающиеся получить одно и то же рабочее место с высоким уровнем оплаты, конкурируют друг с другом, выдвигая в качестве своих конкурентных преимуществ опыт или квалификацию. Фирмы, производящие сходные товары, конкурируют за деньги покупателей, выдвигая в качестве аргументов преимущества своей продукции. Покупатели, желающие приобрести модную новинку, поставляемую на рынок пока в ограниченном количестве, конкурируют за право стать ее владельцем, предлагая продавцам более высокую плату, и т. д.

I Конкуренция — экономическое соперничество за право получения большей доли определенного вида ограниченных ресурсов.

Достоинство конкуренции состоит в том, что она ставит распределение ограниченных ресурсов в зависимость от весомости экономических аргументов соревнующихся. Например, победить в конкурентной борьбе за ограниченные денежные средства покупателей фирма может только путем производства либо лучших по свойствам товаров, либо таких же по свойствам товаров, как у конкурентов, но с меньшими затратами, что позволит продавать их дешевле. В конкуренции покупателей за дефицитный товар побеждают те, чья собственная деятельность ценится рынком особенно высоко и лучше оплачивается: вот почему они могут предложить за товар наивысшую цену. Именно благодаря конкуренции с иностранными фирмами-производителями российские

фирмы в 90-х годах XX в. вынуждены были научиться делать не просто вкусные, но и красиво упакованные продукты питания, освоить новые марки пива, новые модели автомобилей и новые варианты мебели. Выиграли от этого, естественно, прежде всего покупатели.

Конечно, и рыночная система имеет свои недостатки (более подробно о них будет говориться дальше). В частности, она порождает огромные различия в уровнях доходов и богатства, когда одни купаются в роскоши, а другие прозябают в нищете. Наблюдать это мы можем сегодня и в России.

Такие различия в доходах издавна побуждали людей трактовать капитализм как «несправедливую» экономическую систему и мечтать о более совершенном устройстве своей жизни. Эти мечты привели к появлению в XIX в. общественного движения, названного марксизмом в честь его главного идеолога — немецкого журналиста и экономиста Карла Маркса. Он и его последователи утверждали, что рыночная система исчерпала возможности своего развития и стала тормозом для дальнейшего роста благосостояния человечества. А потому ее предлагалось заменить новой экономической системой — командной, или социализмом (от лат. *societas* — «общество»).

§ 7. Командная система

Рождение **командной экономической системы** явилось следствием ряда социалистических революций, идеологическим знаменем которых был марксизм. Конкретная же модель командной системы была разработана вождями Российской коммунистической партии В.И. Лениным и И.В. Сталиным.

В соответствии с марксистской теорией человечество могло бы резко ускорить свой путь к повышению благосостояния и устранить различия в индивидуальном благополучии граждан путем ликвидации частной собственности, устранения конкуренции и ведения всей хозяйственной деятельности страны на основе единого общеобязательного (директивного) плана, который разрабатывается руководством государства на научной основе. Корни этой теории уходят в эпоху Средневековья, в так называемые социальные утопии, но ее практическая реализация пришлось именно на XX в., когда возник социалистический лагерь.

Напомним, что в период расцвета социалистического лагеря (50—80-е годы) в его странах жило более трети населения Земли. Так что это, пожалуй, крупнейший экономический эксперимент в истории челове-

чества. Эксперимент, который начался с подавления элементарных свобод граждан и сопровождался огромными жертвами.

Однако в начале 90-х годов реальные итоги десятилетий «планового развития» СССР и стран Восточной Европы оказались более чем грустными. Выяснилось, что:

1) подавляющее большинство производимой в этих странах продукции — низкого качества и устаревшей конструкции, а поэтому не пользуется спросом ни на внутреннем, ни на мировом рынке;

2) уровень благосостояния и продолжительность жизни граждан этих стран ниже, а детская смертность выше, чем в странах, проживших XX век в рыночной экономической системе. Так, в СССР в 1987 г. средняя продолжительность жизни мужчин составляла 64 года, а женщин — 73 года. В странах же Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), объединяющей наиболее преуспевающие страны с экономиками рыночного и смешанного типа, аналогичные показатели составляли соответственно 72 года и 78 лет. Уровень детской смертности был в СССР в 3 раза выше, чем в странах ОЭСР;

3) технический уровень производственного сектора в этих странах намного ниже, чем в странах, где достижения науки и техники не «внедрялись по плану научно-технического прогресса»;

4) природа здесь загрязнена значительно сильнее, чем в странах рыночной и смешанной экономических систем, несмотря на все «решения партии и правительства по охране окружающей среды».

Понять итоги деятельности командной системы в XX в. помогает взгляд на недавнюю историю нашей страны, где хозяйственная деятельность предприятий-производителей регулировалась следующим образом:

ЧТО ПРОИЗВОДИТЬ — устанавливал Государственный плановый комитет;

КАК ПРОИЗВОДИТЬ — определяло отраслевое министерство, диктовавшее технологию производства и дававшее деньги на покупку оборудования;

КОМУ ПРОДАВАТЬ — решал Государственный комитет по снабжению. Он же определял, **У КОГО ПОКУПАТЬ** все ресурсы, необходимые для нового цикла производства;

ПО КАКОЙ ЦЕНЕ ПРОДАВАТЬ — диктовал Государственный комитет по ценообразованию, утверждавший справочники цен, которые не менялись десятилетиями;

СКОЛЬКО ПЛАТИТЬ РАБОЧИМ — назначал Государственный комитет по труду и заработной плате;

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ полученные предприятием **ДОХОДЫ** — решало Министерство финансов;

ЧТО СТРОИТЬ для развития производства — определял Государственный комитет по строительству;

СКОЛЬКО ДЕНЕГ И НА КАКИЕ ЦЕЛИ ВЗЯТЬ В БАНКЕ - устанавливал один из отраслевых государственных банков;

ЧТО ПРОДАТЬ ЗА РУБЕЖ ИЛИ КУПИТЬ ТАМ - решало Министерство внешней торговли.

Все это сопровождалось распределением благ для личного пользования «в порядке очереди» или на основе талонов, которые работникам выдавало начальство «за долгий и безупречный труд». Например, чтобы получить право на покупку туристической путевки за границу, надо было отработать на одном и том же предприятии не менее 5 лет, на садовый участок в 4 сотки — не менее 10 лет, на квартиру или покупку автомобиля — 15 лет.

Надо сказать, что сама идея планирования в экономике вполне разумна, но, как правило, до тех пор, пока она реализуется в пределах предприятия, фирмы или фермы, т. е. там, где план:

1) составляется по заданию частного владельца, несущего полную материальную ответственность (вплоть до разорения) за правильность выбранных плановых показателей и за успех выполнения плана;

2) реализуется на основе свободного выбора партнеров по сделке и установления с ними цены купли-продажи по обоюдному согласию;

3) проверяется на разумность спросом покупателей;

4) опирается на существенную экономическую информацию, которую собирают и осмысливают именно те, кто принимает решения и отвечает за них.

Планирование бывает порой полезным и в масштабах страны, например в условиях военного времени, когда интересы отдельных людей и фирм отступают на задний план по сравнению с задачей защиты страны от агрессора. Куда хуже получается с использованием единых планов для всей страны в мирное время.

Дело в том, что командная система вовсе не случайно начинается с уничтожения частной собственности. Государство может командовать использованием экономических ресурсов только в том случае, если закон не защищает право частного собственника на самостоятельное распоряжение принадлежащими ему ресурсами.

Если все ресурсы (факторы производства) объявляются общенародной собственностью, а реально ими полновластно распоряжаются государственные и партийные чиновники, то это влечет очень опасные экономические последствия. Доходы людей и фирм перестают зависеть

от того, насколько удачно они используют ограниченные ресурсы, насколько результат их труда действительно нужен обществу. Важнее становятся другие критерии:

а) для предприятий — степень выполнения и перевыполнения плановых заданий по производству товаров. Именно за это руководителей предприятий награждали орденами и назначали министрами. Неважно, что эти товары могли быть совсем неинтересны покупателям, которые — будь у них свобода выбора — предпочли бы иные блага. Равным образом, никого не волновало, что на изготовление этих товаров обычно тратилось непомерно много ресурсов, а сам товар оказывался слишком дорогим. Все равно покупатель в конце концов был вынужден приобретать, скажем, уродливый мебельный гарнитур или безумно тяжелый станок. У людей не имелось альтернативы — другой мебели просто не было, а приобретение такого станка прямо предписывалось предприятиям планом, и на это выделялись деньги;

б) для людей — характер взаимоотношений с начальством, которое распределяло наиболее дефицитные товары (машины, квартиры, мебель, путевки за границу и т. д.), или занятие должности, открывающей доступ в «закрытые распределители», где такие дефицитные блага можно купить свободно.

В результате в странах командной системы:

1) даже самые простые из необходимых людям благ оказались «дефицитом». Привычной картиной в крупнейших городах стали «парашютисты», т. е. жители маленьких городов и деревень, приезжавшие с большими рюкзаками закупать продукты питания, так как в их продовольственных магазинах просто ничего не было;

2) масса предприятий постоянно несла убытки, и даже существовала такая поразительная их категория, как планово-убыточные предприятия. При этом работники таких предприятий все равно регулярно получали заработную плату и премии;

3) самой большой удачей для граждан и предприятий было «достать» какой-то импортный товар или оборудование. В очередь за югославскими женскими сапогами записывались с вечера.

В итоге конец XX в. стал эпохой глубокого разочарования в возможностях планово-командной системы, а бывшие социалистические страны занялись нелегким делом возрождения частной собственности и системы рынков.

Командная экономическая система (социализм) — способ организации экономической жизни, при котором капитал и земля находятся в собственности государства, а распределение ограниченных ресурсов осуществляется по указаниям центральных органов управления и в соответствии с планами.

§ 8. Смешанная экономическая система

Говоря о планово-командной или рыночной экономической системе, следует помнить, что в чистом виде их можно найти только на страницах научных трудов. Реальная хозяйственная жизнь, напротив, всегда представляет собой смесь элементов различных экономических систем.

Современная экономическая система большинства развитых стран мира носит именно смешанный характер. Многие общенациональные и региональные экономические проблемы решаются здесь государством.

Как правило, сегодня государство участвует в экономической жизни общества по двум причинам:

1) некоторые потребности общества в силу их специфики (содержание армии, выработка законов, организация уличного движения, борьба с эпидемиями и т. д.) оно может удовлетворить лучше, чем возможно на основе только рыночных механизмов;

2) оно может смягчить негативные последствия деятельности рыночных механизмов (слишком большие различия в богатстве граждан, ущерб для окружающей среды от деятельности коммерческих фирм и т. д.).

Поэтому для цивилизации конца XX в. преобладающей стала **смешанная экономическая система**.

В такой экономической системе основой является частная собственность на экономические ресурсы, хотя в некоторых странах (Франция, Германия, Великобритания и др.) существует достаточно крупный государственный сектор. В него входят предприятия, капитал которых полностью или частично принадлежит государству (например, немецкая авиакомпания «Люфтваганза»), но которые:

- а) не получают от государства планов;
- б) работают по рыночным законам;
- в) вынуждены на равных конкурировать с частными фирмами.

В этих странах главные экономические вопросы в основном решаются рынками. Они же и распределяют преобладающую часть экономических ресурсов. Вместе с тем часть этих ресурсов централизуется и распределяется государством с помощью командных механизмов в целях компенсации некоторых слабостей рыночных механизмов (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Основные элементы смешанной экономической системы
(I — сфера действия рыночных механизмов, II — сфера действия командных механизмов, т. е. контроля со стороны государства)

На рис. 2.3 показана шкала, условно представляющая, к каким экономическим системам относятся сегодня различные государства.



Рис. 2.3. Типы экономических систем: 1 — США; 2 — Япония; 3 — Индия; 4 — Швеция, Англия; 5 — Куба, Северная Корея; 6 — некоторые страны Латинской Америки и Африки; 7 — Россия

Смешанная экономическая система — способ организации экономической жизни, при котором земля и капитал находятся в частной собственности, а распределение ограниченных ресурсов осуществляется как рынками, так и при значительном участии государства.

Здесь расположение цифр символизирует степень близости экономических систем различных стран к тому или иному типу. Наиболее полно чисто рыночная система реализуется в некоторых странах Латинской Америки и Африки. Факторы производства там уже находятся преимущественно в частной собственности, а вмешательство государства в решение экономических вопросов минимально.

В таких странах, как США и Япония, господствует частная собственность на факторы производства, но роль государства в экономической жизни столь велика, что можно говорить о смешанной экономической системе. В то же время в экономике Японии сохранилось больше элементов традиционной экономической системы, чем в США. Вот почему цифра 2 (экономика Японии) стоит несколько ближе к вершине треугольника, символизирующей традиционную систему, чем цифра 1 (экономика США).

В экономиках Швеции и Великобритании роль государства в распределении ограниченных ресурсов еще больше, чем в США и Японии, и потому символизирующая их цифра 4 стоит левее цифр 1 и 2.

В наиболее полном виде командная система сохранилась сейчас на Кубе и в Северной Корее. Здесь частная собственность ликвидирована, а государство распределяет все ограниченные ресурсы.

Существование значительных элементов традиционной экономической системы в хозяйстве Индии и подобных ей стран Азии и Африки (хотя и здесь преобладает рыночная система) определяет размещение соответствующей ей цифры 3.

А где же на такой условной шкале место современной России?

Расположение символизирующей ее цифры 7 определяется тем, что:

1) основы командной системы в нашей стране уже разрушены, но роль государства в экономике еще очень велика;

2) механизмы рыночной системы еще только формируются (и развиты пока слабее, чем даже в Индии);

3) факторы производства перешли в частную собственность еще не полностью, а такой важнейший фактор производства, как земля, фактически находится в коллективной собственности членов бывших колхозов и совхозов, лишь формально преобразованных в акционерные общества.

К какой же экономической системе лежит дальнейший путь России?

Вернуться к командной системе было бы гибелью: уже первую попытку создания такой системы на протяжении 1917—1991 гг. страна пережила с трудом. Спасли лишь огромные природные богатства, терпеливость народа и некоторый потенциал, который существовал в сельском хозяйстве (после столыпинских реформ), а также в сфере науки и культуры. Вторую аналогичную попытку страна уже не выдержит: запаса прочности больше нет.

Значит, России в ближайшем будущем неизбежно придется воссоздавать рыночные механизмы и строить на их основе смешанную экономическую систему. Другое дело, что нашей стране надо выбрать для себя конкретную национальную модель такой системы. Именно вокруг этого и идут сейчас споры ученых и политиков.

Возможные варианты развития очень условно описывают стрелки *А* и *Б*. Стрелка *А* соответствует варианту развития страны, который отстаивают сторонники минимального вмешательства государства в экономическую жизнь. Стрелка *Б* соответствует варианту развития страны, предполагающему сохранение достаточно большого вмешательства государства в экономическую жизнь. Какой вариант будет реализован на практике, мы увидим в недалеком будущем.

Основные выводы

1. Хозяйственная жизнь человечества может быть устроена различным образом. Эти различия сильнее всего проявляются в способах принятия хозяйственных решений и типе собственности на основные виды ресурсов. Человечеству известны четыре типа экономических систем: традиционная, рыночная, командная и смешанная.

2. При традиционной экономической системе земля и капиталы находятся в общем владении, а ограниченные ресурсы распределяются в соответствии с длительно существующими традициями.

3. Чисто рыночная система предполагает такое устройство экономической жизни общества, при котором все экономические ресурсы находятся в частной собственности, а все решения принимаются на соответствующих рынках. Деятельность этих рынков никем не ограничивается и не регулируется.

4. Командная экономическая система предполагает ликвидацию частной собственности на факторы производства и ее замену на государственную собственность. Основные экономические вопросы решаются государственными органами управления и реализуются с помощью обязательных для исполнения распоряжений и планов. Для этого госу-

дарство вынуждено регулировать все аспекты экономической жизни общества, включая установление цен и заработной платы. Плохое функционирование такой системы связано с потерей интереса людей к труду и оценкой его результатов по формальным критериям, которые могут не совпадать с реальными нуждами общества.

4. Смешанная экономическая система предполагает сочетание частной собственности на подавляющую часть экономических ресурсов с ограниченной государственной собственностью. Государство участвует в решении основных экономических вопросов не с помощью планов, а путем централизации в своем распоряжении части экономических ресурсов. Эти ресурсы распределяются таким образом, чтобы компенсировать некоторые слабости рыночных механизмов.

Контрольные вопросы

1. Какие экономические системы известны человечеству?
2. Какие элементы традиционной экономической системы существовали в России еще в начале XX в.?
3. Известны ли вам случаи из истории России или других стран, когда разрушение традиционной экономической системы сопровождалось возмущением и даже бунтами тех, кто был заинтересован в ее сохранении?
4. Что такое частная собственность?
5. Почему без права частной собственности производители товаров не могут свободно решать вопросы: что производить? как производить?
6. Почему рыночную экономику называют «миром компромиссов»?
7. Как в командной системе решаются основные экономические вопросы?
8. Почему централизованное директивное планирование и частная собственность на факторы производства несовместимы?
9. Почему государство было вынуждено давать деньги планово-убыточным предприятиям?
10. Каковы основные отличия смешанной экономической системы от командной и рыночной?
11. Какой тип собственности является преобладающим в смешанной системе?
12. Чем деятельность государственных предприятий в смешанной экономической системе отличается от деятельности таких же предприятий в командной системе?

Вопросы для обсуждения

1. Билеты на рейсы французской государственной авиакомпании «Эр Франс», пользующейся огромной поддержкой со стороны государства, существенно дороже, чем на аналогичные рейсы частных британских авиакомпаний. С чем это может быть связано?

2. Во времена командной системы в СССР была широко распространена практика «приписок», когда отчетные результаты работы предприятий искусственно завышались. Что могло быть экономической причиной такой массовой нечестности руководителей предприятий и колхозов?

ГЛАВА 3.

ЗАКОН СПРОСА И ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

При обычном и повседневном положении дел спрос
на любые товары предшествует их предложению.

Давид Рикардо

В начале ХХI в. любимой темой обсуждения российских политиков и бизнесменов стала необходимость повышения заработной платы в основных отраслях экономики. Что же породило вдруг такую заботу о благосостоянии сограждан? Причина здесь в том, что руководители страны пришли к выводу — необходимо расширять спрос на внутреннем рынке, а иначе некому будет продавать товары и услуги и экономический рост в России будет слишком зависеть от уровня цен на экспортируемые из нашей страны нефть и газ. Что же такое спрос, почему он всех так взволновал?

Чтобы найти ответ на этот вопрос, нам надо познакомиться с тем, как работают рынки товаров и услуг, где и проявляется спрос, и как рынки помогают людям решать главные экономические вопросы.

Начнем с того, что суть рыночного процесса — купля-продажа товаров. Главными действующими лицами здесь являются продавцы и покупатели. Поэтому понять закономерности работы рынка можно, только разобравшись в том, чем руководствуются на рынке покупатели и к чему стремятся продавцы.

§ 9. Что такое спрос

Каждый человек нуждается в тех или иных благах, т. е. обладает потребностями. И если он не может произвести эти блага сам или ему выгоднее купить их, он приходит за ними на рынок. Естественно, он должен располагать деньгами для покупки, поскольку бесплатно на рынке ничего получить нельзя. А это значит, что на рынке мы сталкиваемся уже не с потребностями как таковыми, а со спросом.

Этот термин, а точнее, его полный вариант — «платежеспособный спрос», ввел в научную лексику выдающийся английский экономист Томас Роберт Мальтус (1766—1834). И сделал он это для того, чтобы провести четкую грань между МЕЧТАМИ людей о получении в свое распоряжение каких-то благ и их реальными ВОЗМОЖНОСТЯМИ эти блага приобрести.

Очень хорошо это различие описал уже предшественник Мальтуса Адам Смит: *«Даже очень бедный человек может, в определенном смысле слова, обладать спросом на карету, запряженную шестеркой лошадей; он может даже желать иметь ее; но его спрос никогда не станет реальным спросом, поскольку этот товар никогда не поступит на рынок для удовлетворения желаний именно этого человека».*

Мальтус довел эту мысль до кристальной ясности, назвав то, что Смит именовал «реальным спросом», спросом платежеспособным. Его выводы позволяют нам сформулировать одно из важнейших правил экономической жизни: *«Для рыночных процессов значение имеют только те желания людей, которые могут быть подкреплены денежными суммами, реально достаточными для покупки некоторого количества товаров».*

Спрос в таком понимании характеризует состояние рынка, а точнее, связь массы товаров, которую люди готовы купить, с величиной цен, по которой они могут совершить покупку.

Именно эту связь иллюстрирует рис. 3.1, где видно, что, будь цена на рынке понижее, покупатель купил бы желанных ему товаров побольше.

Иными словами, объем (масса) покупок, или, как говорят экономисты, **величина спроса**, непосредственно зависит от цены, по которой эти товары можно приобрести.

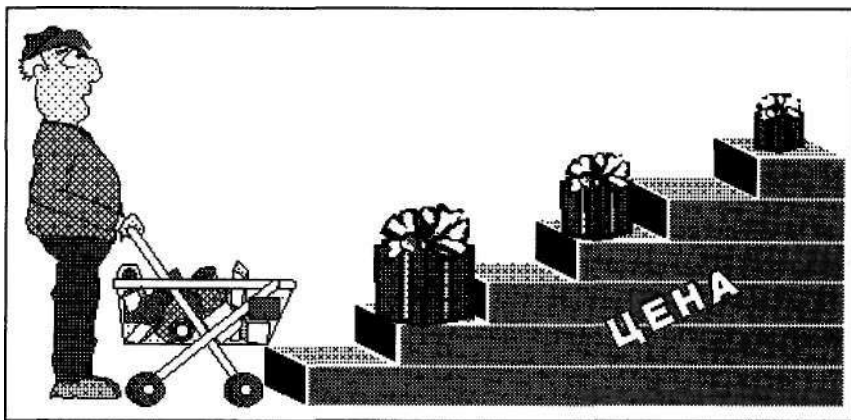


Рис. 3.1. Связь величины покупок и уровня цены

Информацию о возможных величинах спроса легко представить графически в виде кривой, которая называется **кривой спроса** (рис. 3.2). Она

описывает картину спроса на данном товарном рынке, т. е. зависимость между:

- ценой товара и
- объемами его покупок, возможными при различных уровнях цен.

Кривая спроса позволяет ответить на два вопроса:

- 1) какова будет величина спроса при различных уровнях цен?
- 2) как изменится величина спроса при некотором изменении цены?

Цена, долл.

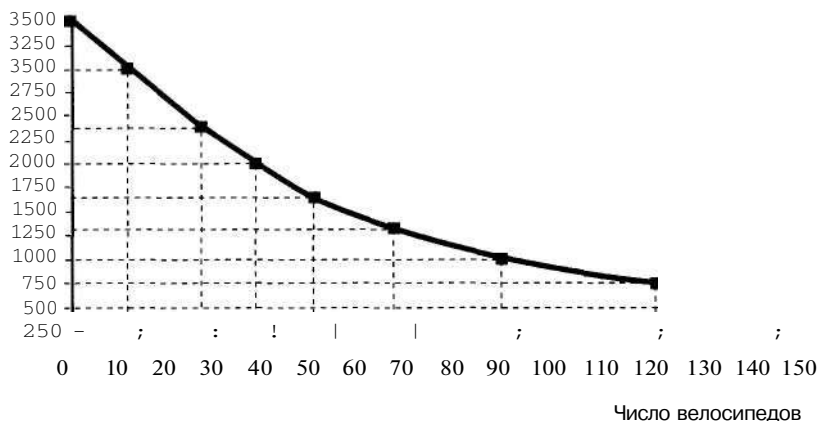


Рис. 3.2. Кривая спроса (на примере рынка велосипедов)

Каждая точка на кривой — величина спроса на данный товар (возможное количество покупок) при определенном уровне его цены. Например, точка с координатами 120, 750 обозначает, что при цене 750 долл. покупатели готовы приобрести 120 велосипедов.

Чтобы лучше понять механизм взаимосвязи цены и объема проданных товаров, посмотрим на данные, приведенные в табл. 3.1 (такого рода таблицы принято называть *шкалами спроса*). Цифры в первой колонке показывают возможные уровни цен на велосипеды SCOTT в Москве (по состоянию на июнь 1999 г.), а во второй — число велосипедов, которое покупатели, допустим, готовы приобрести при том или ином уровне цены.

Таблица 3.1

Величины спроса на велосипеды при различных уровнях цен

Цена велосипеда, долл.	Число возможных покупок, шт.
3500	0
3000	12
2400	27
2000	38
1650	50
1300	66
1000	88
750	120
500	145

Цена в 3500 долл. создает на рынке ситуацию, когда потребность в велосипедах есть, но величина спроса равна нулю. Причина проста: по такой цене никто из покупателей брать этот товар не хочет.

Величина спроса становится отличной от нуля лишь при более низкой цене. При цене 3000 долл. покупатели готовы приобрести 12 велосипедов. В нашем примере величина спроса оказывается наибольшей при цене 500 долл.

Заметим, что при снижении цены, скажем, с 2400 до 2000 долл. на каждый процент снижения цены приходится 2,04% увеличения спроса. А вот снижение цены с 1000 до 750 долл. обеспечивает рост числа покупок лишь на 1,46% на каждый процент снижения цены. Иными словами, величина спроса в этом примере реагирует на изменения цен с различной эластичностью. Степень такой эластичности (коэффициенты эластичности) определяют путем деления разницы (в процентах) в величинах спроса до и после изменения цены на разницу между прежним и новым уровнями цены (также в процентах).

Таким образом, кривая спроса — это модель рыночной ситуации. Она описывает все варианты величин спроса, которые возможны на рынке в данный момент времени. А их может быть очень много.

Поэтому когда нам надо описать общую ситуацию на рынке определенного товара, то удобнее становится пользоваться уже не термином «величина спроса», а термином «спрос».

Различие между понятиями «величина спроса» и «спрос» легче уяснить, если знать, что каждое из них — ответ на определенный вопрос.

На вопрос владельца магазина: «Сколько товаров покупатели готовы будут у меня приобрести за месяц при цене 100 руб.?» — ответом будет информация о **величине спроса**.

Величина спроса — объем товара определенного вида (в натуральном измерении), который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести на протяжении определенного периода времени (месяца, года) при определенном уровне цены этого товара.

Если же он поставит вопрос по-иному: «Сколько товаров покупатели готовы будут у меня приобрести за месяц при различных уровнях цен на данный товар?» — то ответом будет характеристика **спроса** покупателей на данном рынке.

На большинстве товарных рынков связь между ценой и величиной спроса складывается так, что более высокой цене соответствует меньшее число покупок. Это подтверждается личным опытом любого человека, посещающего магазины.

Закономерность эта играет такую роль в жизни рынка, что экономисты возвели ее в почетный ранг **закона спроса** и часто называют даже первым законом экономики.

Знакомство с законом спроса позволяет сделать два вывода, о которых нельзя забывать никому из нас (ведь, как говаривал мудрец, «каждый живет продажей чего-либо»):

- 1) повышение цен не всегда гарантирует увеличение выручки от продаж, а снижение не всегда грозит падением этой выручки;
- 2) при определении цены на свой товар любой коммерсант обязательно должен прикинуть: сколько он сможет выручить при такой цене исходя из существующей эластичности спроса на этот товар по цене.

| **Эластичность спроса по цене** — масштаб изменения величины спроса (в процентах) при изменении цены на один процент.

Говоря о закономерностях формирования спроса, надо отметить, что, помимо цены самого товара, на него влияют еще такие факторы, как:

- цены других товаров;
- уровень доходов покупателей;
- численность покупателей;
- предпочтения покупателей (формирующиеся под влиянием их вкусов, традиций, рекламы и других обстоятельств).

Выручка от продаж — денежная сумма, получаемая при продаже и равная произведению числа проданных товаров на цену, по которой их купили.

Как же именно проявляется влияние этих факторов и что оно означает для бизнеса?

Дело в том, что закономерности спроса кажутся простыми только на первый взгляд. А как только мы начинаем анализировать реальные процессы, происходящие в российской экономике, тут же возникает масса вопросов. Например, почему рост доходов россиян ведет к снижению спроса на одни товары и росту на другие? Почему в семьях наиболее состоятельных сограждан медленно, но начало сокращаться потребление таких традиционных продуктов, как хлеб и картошка? Почему те, кто в начале 90-х годов сделал состояние на торговле дешевыми китайскими товарами, сегодня вдруг начинают терять долю на рынке и срочно переключаются на торговлю более дорогими товарами?

Чтобы найти ответы на эти вопросы, надо хорошо понимать то, как работают рынки, как реально здесь формируются спрос и предложение. Конечно, на формирование **спроса** влияют прежде всего такие факторы, как полезность товара и его цена. Однако этого мало для понимания истинного развития событий на том или ином товарном рынке. Чтобы картина стала полностью ясной, необходимо познакомиться и с другими факторами формирования спроса.

Перечислим эти факторы:

- 1) тип товара;
- 2) доходы покупателей;
- 3) цены на дополняющие или заменяющие товары;
- 4) ожидания относительно динамики цен в будущем;
- 5) численность и возраст покупателей;
- 6) привычки, вкусы, традиции и предпочтения покупателей.

Кроме того, на спрос могут влиять и некоторые другие, менее значимые факторы, такие как сезонность, правительственная политика, равномерность распределения доходов, реклама и др.

Проанализируем, как же именно эти факторы влияют на формирование спроса (на примере потребительских товаров).

§ 10. Типы товаров и особенности формирования спроса

Как известно, товар товару рознь. Иными словами, существуют разные виды товаров. Для первого знакомства с этой проблемой мы можем выделить два основных таких вида (рис. 3.3).

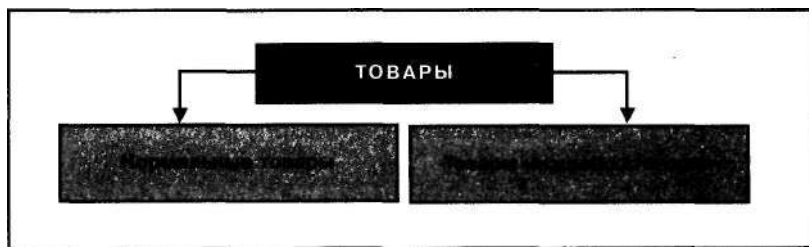


Рис. 3.3. Основные виды товаров с позиций экономической науки

Их разграничение проводится экономической наукой в зависимости от того, как величина спроса на рынках этих товаров реагирует на изменения доходов покупателей.

Основную массу товаров образуют нормальные товары. Для них характерно то, что чем больше доходы людей, тем больше они готовы приобрести таких товаров (т. е. при росте доходов кривая спроса будет сдвигаться вправо-вверх).

Нормальные товары — товары, спрос на которые возрастает при росте доходов покупателей.

Поэтому продавцы нормальных товаров всегда радуются сообщениям о повышении заработной платы или иных доходов. Они знают — теперь они смогут продать товаров больше, а возможно, и по более высокой цене.

Особая разновидность нормальных товаров — *товары престижного спроса*. Так называют товары, которые люди покупают, чтобы продемонстрировать окружающим свой успех и высокий уровень благосостояния. Подобная модель поведения присуща людям всех стран и континентов, и Россия здесь тоже не является исключением.

Недаром за последние годы на наших улицах и дорогах появилось столько роскошных иностранных автомобилей, и приобретение, и эксплуатация которых обходятся очень дорого. Но это ни в малейшей мере не останавливает покупателей таких машин: им эти «дворцы на колесах» предпочтительны не рациональным соотношением цены и качества. Куда важнее совсем иное — сверкающие лимузины призваны показать, насколько их владельцы преуспели в жизни больше, чем водители скромненьких «Жигулей» и «Москвичей».

Важнейшим параметром качества товаров престижного спроса зачастую является вовсе не конструкция, добротность материала или тща-

тельность изготовления — все это имеет здесь второстепенное значение. Главный же признак качества таких товаров — их высокая цена. И если бы эта цена была ниже, а товар доступен более широкому кругу покупателей, такие товары сразу перестали бы привлекать любителей «демонстративного потребления», и спрос на них со стороны данной группы покупателей мог бы упасть. Именно поэтому такие товары престижного спроса, как автомобили «Роллс-Ройс» или «Мерседес», выпускаются в относительно небольшом количестве, а их цена поддерживается на очень высоком уровне. Объем продаж этих товаров увеличивается лишь в меру роста численности группы покупателей, склонных к демонстративному потреблению и обладающих высокими доходами.

Но не все продавцы радуются росту доходов. Иначе относятся к этому продавцы товаров низшей категории.

Отличительная особенность **товаров низшей категории** состоит в том, что при росте доходов покупателей спрос на них может упасть. Товары низшей категории без труда поддаются замене более ценными благами, если на приобретение последних у покупателей хватает денег.

Товары низшей категории — товары, величина спроса на которые может снизиться при росте доходов покупателей.

Наиболее типичными представителями этой категории товаров являются хлеб, картофель, рыба. При этом необходимо сразу оговориться, что, называя эти блага товарами низшей категории, мы вовсе не имеем в виду, что они плохи сами по себе. Просто их место в иерархии благ определяется некоторыми особенностями:

- 1) люди покупают их в первую очередь, едва у них появляются деньги;
- 2) эти товары поначалу становятся важнейшим элементом расходов, позволяя людям жить более-менее нормально;
- 3) едва доходы покупателей становятся больше, они сразу же стараются перейти к потреблению более полезных и более качественных благ.

Иными словами, пока люди бедны, их спрос на товары низшей категории формируется точно так же, как на любой нормальный товар. Лишь по мере роста благосостояния граница между нормальными товарами и товарами низшей категории становится видимой. Более того, от попадания в низшую категорию благ не застрахован ни один товар массового потребления (например, в такую же ситуацию по мере роста доходов в стране обычно попадают дешевые ткани и другие «товары для бедных»).

Зная это, мы можем теперь представить разницу между товарами следующим образом (рис. 3.4).

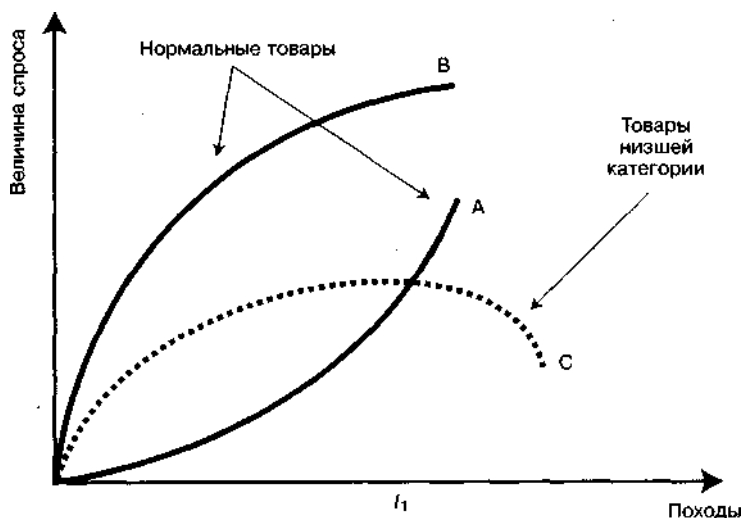


Рис. 3.4. Изменение спроса (количества покупок) на товары различных видов в зависимости от изменения уровня доходов

Как мы видим, при росте доходов величина спроса на нормальные товары растет, хотя мера такого роста может быть различной. Для товара A она наибольшая, для товара B — меньше, а товар C вообще стал товаром низшей категории, после того как доходы покупателей превысили уровень I_1 .

Хорошее понимание закономерностей изменения спроса на товары различных типов позволяет принимать более обоснованные решения как фирмам, которые занимаются изготовлением или сбытом товаров, так и правительству, когда оно решает проблемы регулирования экономики страны в целом.

§ 11. Общерыночные факторы формирования спроса

Посмотрим теперь, как влияют на спрос остальные из перечисленных выше факторов его формирования.

Доходы покупателей и спрос. При росте доходов покупатели обычно предъявляют больший спрос на ранее недоступные им товары. Рост величины спроса вызывается и улучшением качества товара. Такова обыч-

ная логика поведения покупателей на рынках нормальных товаров. Именно ее иллюстрирует рис. 3.5. На нем видно, как под влиянием роста доходов и качества товаров кривая спроса сдвинулась по сравнению с прежним положением «Спрос-1» вправо-вверх к положению «Спрос-2». Иными словами, теперь при тех же уровнях цен величины спроса стали выше, т. е. покупатели готовы приобрести большее количество данного товара.

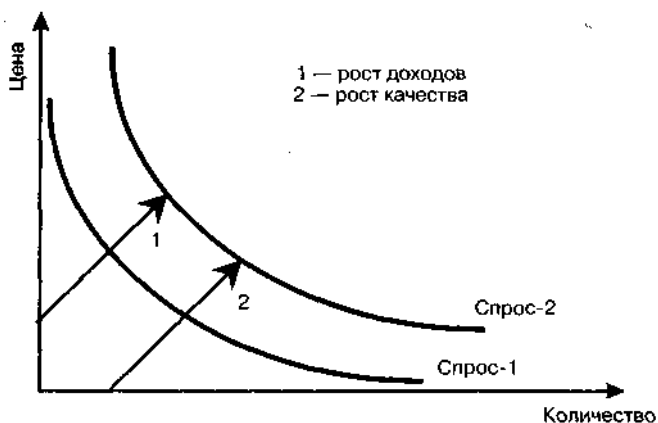


Рис. 3.5. Изменение спроса под влиянием роста доходов и повышения качества (полезности) товаров

Эта закономерность весьма четко проявилась в России в 1992—1993 гг., когда после либерализации цен сбережения населения обесценились, а доходы упали. Итогом стало резкое падение спроса практически на всех товарных рынках.

Однако мир экономики весьма неоднозначен, и возможны такие парадоксальные ситуации, когда рост доходов покупателей или снижение цен товара способны привести не к росту, а к снижению спроса на товар. Разобраться в причинах таких парадоксов весьма полезно, чтобы лучше понимать реальные процессы, развивающиеся на товарных рынках любой страны.

Цены на дополняющие или заменяющие товары. Как все модели, кривая спроса справедлива лишь в том случае, если условия, в которых она сформировалась, остаются неизменными. Какие же условия подразумеваются стабильными при построении кривой спроса? Это:

- 1) *неизменность полезности* данного товара;

2) *неизменность уровня доходов* покупателей и, что очень важно,

3) *неизменность цен на другие товары*, продающиеся в то же самое время и доступные тому же кругу покупателей.

Отсюда следует весьма любопытный и важный вывод: оценивая изменения величины спроса при изменении цены на товар, мы на самом деле проверяем результаты изменения не только и не столько абсолютной, сколько относительной цены этого товара. Иными словами, реально дороговизна или дешевизна товара важна не сама по себе, а по сравнению с другими товарами, находящимися на рынке в то же самое время. И плох тот коммерсант, который этого не понимает и не привык оглядываться по сторонам: его обязательно ждет неудача.

Дело в том, что «жизнь» любого товара на рынке всегда проходит в окружении двух групп других товаров, а именно:

1) заменяющих товаров;

2) дополняющих товаров.

Заменяющие товары — это блага, удовлетворяющие те же самые потребности и потому являющиеся наиболее непосредственными конкурентами в борьбе за деньги покупателя.

Самыми наглядными примерами являются рынки прохладительных и алкогольных напитков, кондитерских изделий, автомобилей, радиотехники, персональных компьютеров. Поскольку целесообразность покупки взаимозаменяющих товаров оценивается на основе соизмерения одной и той же полезности с ценами разных товаров, соотношения цен играют здесь огромную роль.

При этом связь между ценами и спросом для таких товаров носит следующий вид: *изменение цены одних товаров-заменителей ведет к изменению в том же направлении спроса на другие товары*. Например, если цена на одну марку прохладительных напитков снижается, то величина спроса на нее возрастает, а вот спрос на другие марки таких же напитков падает.

Дополняющие товары вместе решают задачу удовлетворения одной и той же потребности покупателей. И потому *изменение цен на одни дополняющие товары ведет к изменению спроса на все товары этой группы в противоположном направлении*.

Например, рост платы за аренду теннисных кортов может привести к падению величины спроса на такую аренду и спроса на теннисные ракетки и мячи. Причина возникновения таких взаимосвязей очевидна: дополняющие товары потребляются *в комбинации*. А значит, рост цены одного из элементов этой комбинации ведет к ее общему удорожанию и снижению привлекательности как в целом, так и по остальным элементам (товарам), в нее входящим.

Ожидания относительно динамики цен в будущем. Этот фактор особенно сильно проявляется в тех случаях, когда люди опасаются существенного роста цен в будущем и покупают товаров больше, чем предсказывает кривая спроса. И хотя здесь на первый взгляд наблюдается нарушение стандартной связи между ценой и спросом, на самом деле это не так. В данном случае спрос формируется с некоторым заглядыванием в будущее: хотя нынешняя цена кажется покупателям слишком высокой для товара с такой полезностью, но они опасаются, что завтра за него придется платить еще больше. И тогда покупают этого товара побольше сегодня, чтобы покупать его поменьше завтра.

Именно так ведут себя российские автовладельцы, когда заправляют бензин в канистры и хранят эти канистры месяцами в гаражах или на балконах.

Численность и возраст покупателей. Это, пожалуй, самый простой из факторов формирования спроса. Его действие состоит в том, что даже при том же самом среднем уровне доходов абсолютное увеличение численности покупателей ведет к повышению спроса (кривая спроса сдвигается вправо-вверх).

Нетрудно проследить и влияние на спрос возрастной структуры населения. Например, старение населения в европейских странах и России ведет не только к снижению спроса из-за того, что все большая часть населения живет на скромные пенсионные доходы, но и к изменению товарной структуры спроса (стране с пожилым населением не нужно столько детских и молодежных товаров, зато необходим мощный рынок фармацевтических товаров и медицинских услуг).

Привычки, вкусы, традиции и предпочтения покупателей. Этот фактор формирования спроса, пожалуй, наименее предсказуемый, а часто и самый изменчивый. Именно через него на спрос влияет такой мощный механизм современной экономики, как мода. К сожалению, закономерности проявления данного фактора настолько мало поддаются изучению методами экономической науки, что экономисты полностью передали эту проблематику психологам, этнографам и специалистам по маркетингу. Но забывать об этом факторе экономической науки нельзя, поскольку он постоянно оказывает мощное влияние на развитие товарных рынков.

Например, в последние десятилетия рост интереса людей к профилактике заболеваний породил огромные рынки «здоровой пищи», «товаров для аэробики и оздоровительной гимнастики». А возросшее внимание к проблемам экологии поставило на грань гибели производство одежды из натуральных мехов и вызвало расцвет индустрии искусственного меха.

Экономика в лицах

Торстейн ВЕБЛЕН — аналитик людских склонностей

Экономическая наука всегда больше занималась проблемами производства и продажи товаров, чем экономикой семьи и личного потребления. Тем заметнее след, оставленный американским экономистом Торстейном Вебленом (1857—1929), изучавшим именно этот аспект жизни общества.

Он поставил в центр своих исследований реального человека и попытался понять, чем определяется его поведение на рынке после того, как экономический прогресс позволит ему удовлетворить свои основные материальные потребности. Веблен задался вопросом: зачем человек покупает товары сверх того, что обеспечивает ему выживание и нормальные условия для воспроизводства рода?

Выбранная Вебленом тема исследований была не случайна. Он родился и вырос в семье фермера, эмигрировавшего в США из Норвегии и сохранившего на всю жизнь традиции и привычки натурального семейного хозяйства своих предков. Семья Вебленов жила очень скромно, питалась только продуктами своего хозяйства и даже одежду изготавливала своими силами. Когда Торстейн пошел учиться в колледж, эта домотканая одежда, отсутствие городских манер и плохой английский язык сделали его предметом насмешек соучеников. Клеймо «чужака-норвежца» преследовало его всю жизнь. Даже получив ученую степень доктора наук, он 7 лет не мог найти работы и бесплодно провел их на ферме отца. Да и в дальнейшем он не сделал блестящей научной карьеры и закончил жизнь в крайней бедности.

Веблен жестоко отомстил американцам.

В своей широко известной книге «Теория праздного класса», опубликованной в 1899 г., он дал научный анализ закономерностей потребления американских семей, относящихся к высшему и среднему классам, и подверг ядовитой критике их образ жизни.

Веблен пришел к выводу, что после того, как люди получают возможность удовлетворить свои основные материальные потребности, их поведение начинает определяться «законом демонстративного расточительства». Они начинают покупать для того, чтобы показать окружающим свое благосостояние и подчеркнуть достигнутый в жизни успех. Особенно это характерно для наиболее состоятельных слоев общества.

В качестве доказательств Веблен приводил женскую моду и дорогостоящие изделия ручной работы. Он отмечал, что эти изделия ничем не лучше товаров массового, машинного производства, но зато более редки и потому удовлетворяют тщеславие состоятельных граждан, охотно переплачивающих за них немалые деньги.

Многие из выводов Веблена, вполне справедливых для стран с высоким уровнем благосостояния, и сегодня активно используются при проведении рекламных кампаний и организации продаж товаров народного потребления.

Не забыла экономическая наука и любопытных мыслей Веблена по поводу движущих мотивов человеческого поведения вообще. Отвергнув точку зрения, что оно определяется только стремлением к получению максимального удовольствия от жизни, Веблен утверждал, что на действия людей влияют еще некоторые мощные силы:

- 1) инстинкт мастерства;
- 2) родительские чувства;
- 3) праздное любопытство;
- 4) инстинкт себялюбия.

Он считал, что родительское чувство, присущее и животным, у человека приобретает новое качество и перерастает в заботу о процветании не только собственной семьи, но и страны в целом.

Но человек — существо противоречивое, и в душах людей родительское чувство сталкивается с инстинктом себялюбия, проявляющимся обычно в стремлении к стяжательству.

Борьба этих двух сил заметно сказывается на экономическом поведении людей. Даже праздное любопытство, по мнению ученого, играет не последнюю роль в экономических механизмах цивилизации.

Это любопытство (которое он связывал с присущим многим живым существам инстинктом игры) побуждает людей заниматься не только чисто практическими проблемами, но и фундаментальными научными исследованиями.

Еще большую роль, по мнению Веблена, играет в развитии экономики инстинкт мастерства. Это таинственное свойство психики побуждает человека стремиться к использованию все более совершенных методов обращения с природными и искусственными материалами и развитию техники.

Первопричину образования инстинкта мастерства Веблен видел в стремлении людей создавать все большее количество полезных благ.

Сочетание же инстинкта мастерства и родительского чувства, по мнению американского ученого, рождает такие мощные мотивы человеческого поведения, как стремление к повышению материального благосостояния семьи и продолжению рода, — мотивы, которые формируют весь облик экономики и общества в целом.

§ 12. Индивидуальный, рыночный и совокупный спрос

Говоря о факторах формирования и изменения спроса и его величин, соответствующих разным уровням цен, мы пока не разграничивали два подхода к этой проблеме.

Первый из них был связан с тем, как формируется спрос каждого отдельного покупателя (именно сюда, например, относятся проблемы субъективной оценки полезности товара).

Второй же аспект — это формирование спроса в масштабах всего рынка товаров определенного вида или экономики в целом (сюда, например, относится демографический фактор).

Теперь же именно на этот аспект мы обратим внимание, чтобы понять логику работы рынка и закономерности формирования величин спроса более глубоко.

Прежде всего, нам следует провести грань между **индивидуальным и рыночным спросом**.

Индивидуальный спрос — спрос, предъявляемый на рынке отдельным покупателем.

Рыночный спрос — суммарный спрос, предъявляемый **на рынке всеми** покупателями.

Посчитаем — подумаем

Представим, что мы анализируем рынок аудиокассет, где покупки делают два покупателя: Андрей и Сергей. Кривые, описывающие их индивидуальные модели спроса, представлены на рис. 3.6.

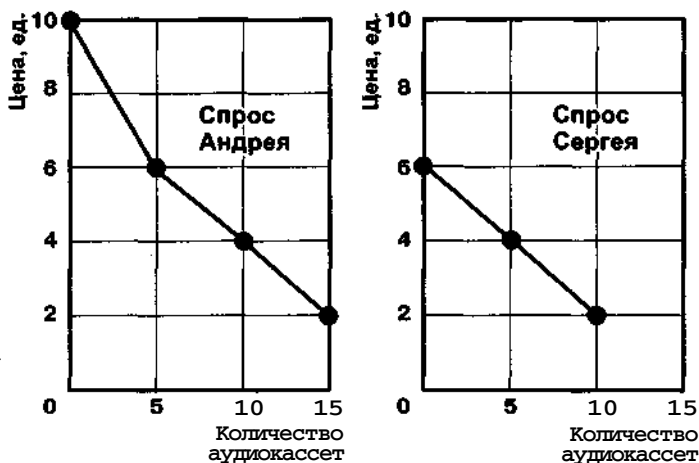


Рис. 3.6. Кривые, описывающие индивидуальный спрос покупателей на одном и том же рынке

Нетрудно заметить, что у Сергея с деньгами дело обстоит хуже, чем у Андрея: Сергей готов купить хотя бы одну кассету только при цене ниже 6 ед., тогда как Андрей при цене 6 ед. готов купить 5 кассет.

Но на рынок они приходят оба, и здесь их денежные возможности сливаются в единый спрос. Именно его и отражает крайний график справа на рис. 3.7. Как мы видим на нем, до уровня цены в 6 ед. кривая рыночного спроса повторяет кривую спроса наиболее богатого покупателя — Андрея. Но затем на кривую суммарного — рыночного — спроса начинает влиять уже и спрос Сергея.

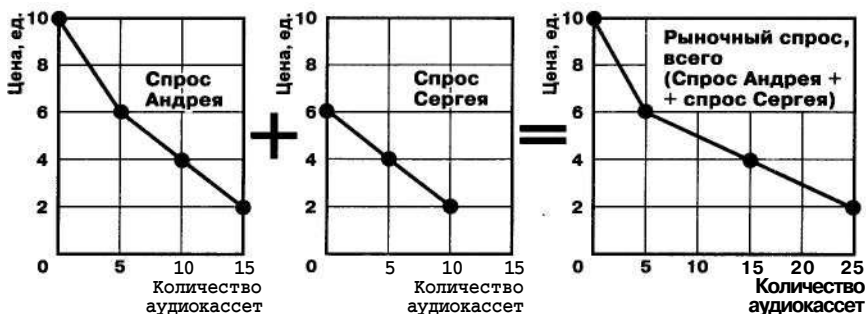


Рис. 3.7. Формирование рыночного спроса на основе индивидуальных опросов отдельных покупателей

В результате при цене 4 ед. рыночный спрос оказывается равен уже 15 кассетам (10 кассет, которые готов был при этой цене купить Андрей, плюс 5 кассет, которые при такой цене согласен был приобрести Сергей). И так далее. Следовательно, рыночный спрос складывается как сумма индивидуальных опросов всех покупателей, обращающихся за товаром на данный рынок.

Таким образом, формирование и изменение величин рыночного спроса и рыночного спроса в целом (при прочих неизменных условиях) существенно зависят от:

- 1) численности покупателей;
- 2) различий в их доходах;
- 3) соотношения в общей численности покупателей лиц с разными уровнями доходов.

Под влиянием этих факторов спрос может как возрасти или уменьшиться (кривая спроса сдвинется вправо-вверх или влево-вниз), так и менять закономерности своего формирования (вид кривой спроса изменится).

Последний вариант иллюстрирует рис. 3.8. На нем показаны две кривые спроса на один и тот же товар в разных странах — *Ли В*. Кривая *A* описывает ситуацию на рынке страны, где доходы распределяются довольно равномерно и разница в их уровнях не особенно велика. Поэтому кривая спроса здесь достаточно плавная (зона, обозначенная кружком с цифрой 1, показывает место наиболее заметного изгиба). Наибольшая же величина спроса складывается при достаточно высоком уровне цен (U_i).

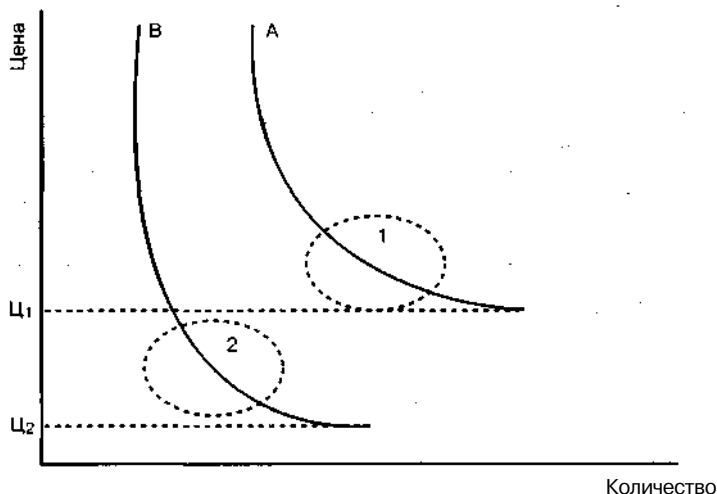


Рис. 3.8. Зависимость спроса от доли в общей массе покупателей людей с разными уровнями доходов

Напротив, кривая *B* описывает ситуацию на рынке страны, где люди с малыми доходами образуют значительную часть населения. И поэтому график спроса здесь резко уходит вправо (зона, обозначенная кружком с цифрой 2) лишь при весьма низких уровнях цен: наибольшая величина спроса складывается при цене C_2 .

В этих сугубо теоретических на первый взгляд построениях любой российский экономист сразу узнает ситуацию в своей стране в первые годы после либерализации цен и начала резкого спада производства. Этот период ознаменовался резким падением доходов огромной доли населения после десятилетий примерного равенства уровней заработка. Итогом стало изменение формы кривых спроса на большинство потребительских товаров, в полном соответствии с рис. 3.6, с *A* на *B*.

Это означало, что основная масса покупателей оказалась способной покупать лишь дешевые товары. Но их-то на рынке и не стало из-за резкого скачка цен и быстрого раскручивания инфляции. В итоге россияне на несколько лет лишились возможности покупать многие виды потребительских товаров. Отечественные производители оказались не в состоянии сбыть свою продукцию и попали в крайне тяжелое финансовое положение.

Разбирая эту ситуацию в российской экономике, мы вплотную подошли к понятию совокупного спроса.

Совокупный спрос — общее количество конечных товаров и услуг всех видов, которое все покупатели страны готовы приобрести в течение определенного периода времени при сложившемся уровне цен.

Величина совокупного спроса — это общая сумма покупок (расходов), осуществляемых в стране (скажем, за год) при тех уровнях цен и доходов, которые в ней сложились.

Совокупный спрос подчиняется общим закономерностям формирования спроса, о которых говорилось выше, а потому графически его можно изобразить следующим образом (рис. 3.9).

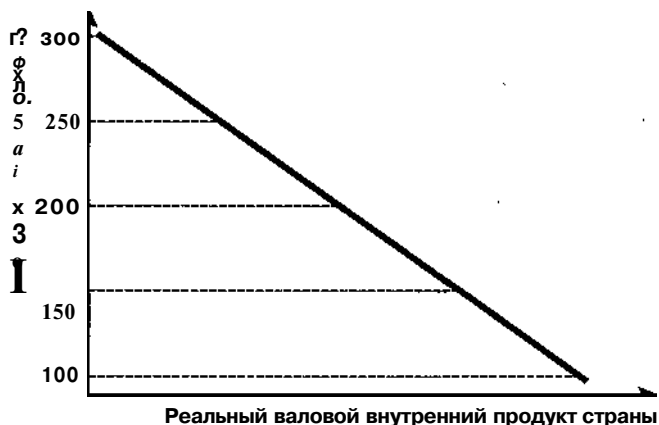


Рис. 3.9. Кривая совокупного спроса страны

Кривая совокупного спроса показывает, что при росте общего уровня цен величина совокупного спроса (совокупная сумма покупок товаров и услуг всех видов на всех рынках данной страны) уменьшается точно так же, как и на рынках отдельных обычных (нормальных) товаров.

Но мы знаем, что в случае роста цен на отдельные товары спрос покупателей просто переключается на товары-аналоги, товары-заменители или на иные блага или услуги. На первый взгляд непонятно, как может уменьшиться общий спрос на все товары и услуги, поскольку здесь никакого переключения расходов покупателей вроде бы уже нет.

Конечно же, доходы никуда не исчезают. Не нарушаются в модели совокупного спроса и общие закономерности поведения покупателей. Просто они здесь проявляются несколько по-особому.

Если общий уровень цен в стране существенно повышается (например, под влиянием высокой инфляции), то покупатели начнут использовать часть своих доходов на иные цели. Вместо того чтобы приобретать прежний объем товаров и услуг, производимых национальной экономикой, они могут предпочесть направить часть своих денег на:

- 1) создание сбережений в форме наличных денег и вкладов в банках и иных финансовых учреждениях;
- 2) приобретение товаров и услуг в будущем (т. е. начнут копить деньги под конкретные покупки, а не вообще, как в первом варианте);
- 3) покупку товаров и услуг, производимых в других странах.

Чтобы лучше понять, как это выглядит на практике, обратимся к примеру.

Закономерности изменения совокупного спроса определяют всю жизнь страны, и потому изучению их уделяется большое внимание в курсе макроэкономики.

Посчитаем — подумаем

Период 90-х годов XX в. был в России временем высокой, галопирующей, инфляции (рис. 3.10): уровень цен в 1992 г. был выше, чем в 1990 г., в 68 раз, а в 2000 г. — выше в 12 181 раз!

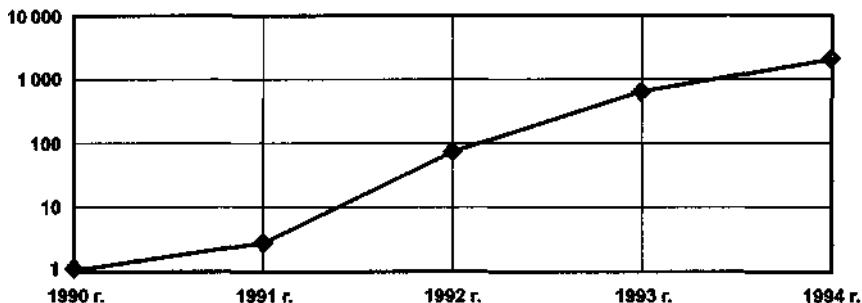


Рис. 3.10. Рост цен в России в 1991—1994 гг.
(раз, 1990 г. = 1,0, логарифмическая шкала)

Очевидно, что такой быстрый рост цен не мог не сказаться на величине совокупного спроса на товары и услуги в стране: теоретически он должен был упасть. Так и произошло. Но одновременно, попав в кризисную ситуацию, россияне стали как бы «готовиться к худшему и в будущем», что проявилось в росте склонности к сбережениям. Именно такую закономерность поведения граждан нашей страны демонстрирует рис. 3.11.

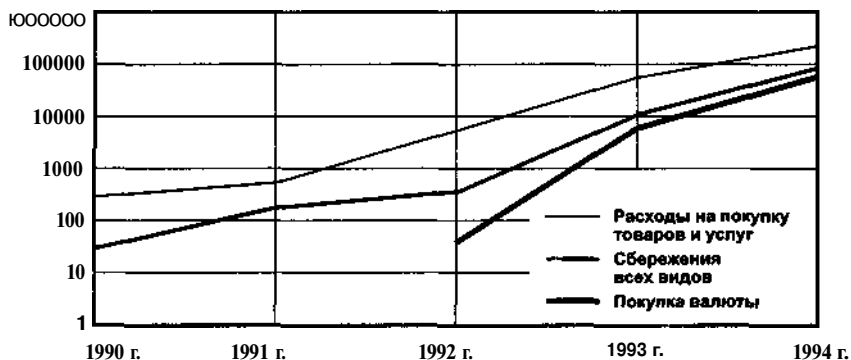


Рис. 3.11. Рост расходов на покупку товаров и сбережений граждан России в ценных бумагах, банковских вкладах и валюте в 1991—1994 гг. (логарифмическая шкала)

Дело в том, что в 1992 г. у россиян появилась реальная возможность альтернативного использования своих денежных средств (путем покупки иностранной валюты как средства сбережения доходов от инфляции). И сразу же их сбережения в форме покупки иностранной валюты начали расти быстрее, чем расходы на покупку товаров. Это проявилось в 1992-1997 гг., когда расходы на покупку валюты росли намного быстрее, чем общая сумма расходов граждан (в 8640 раз при росте общей суммы расходов всего лишь в 260 раз). В итоге доля расходов на покупку валюты достигла 18-20% всех расходов российских семей. Но стоило в 1998 г. росту цен несколько замедлиться, как сограждане (уже создав небольшие валютные накопления «на черный день») стали вновь тратить все большую часть доходов на покупку товаров и услуг, а темпы роста покупки валюты упали. Ускорение же инфляции в 1999-2000 гг. вновь заставило россиян направить на покупку валюты большие суммы, чем прежде. Иными словами, в 1990-е гг. в России полностью подтвердились гипотеза эластичности совокупного спроса по ценам и неизбежность снижения величины этого спроса при росте общего уровня цен.

§ 13. Эластичность спроса, ее виды и причины существования

Возможность возникновения трудностей при сбыте товаров заставляет любого продавца изучать спрос на своем рынке сбыта и прогнозировать реакцию покупателя на те или иные изменения цен и величин предложения товаров. В решении этой задачи помогает информация о степени эластичности спроса по цене.

Ранее мы уже познакомились с этим понятием, поэтому лишь напомним, что под эластичностью спроса по цене мы понимаем масштаб изменения величины спроса (в %) при изменении цены на 1%.

Это значит, что формула расчета эластичности изменения спроса при изменении цен (коэффициента эластичности) имеет вид:

$$\frac{\text{Изменение числа покупок (в\%)}}{\text{Изменение цены (в\%)}} = \text{Коэффициент ценовой эластичности спроса}$$

Например, если снижение цены на 5% приводит к росту величины спроса на 8%, то коэффициент эластичности будет равен:

$$\frac{8}{5} = 1,6.$$

Наиболее быстро ориентирующиеся в уравнениях читатели могут сказать, что коэффициент эластичности должен быть, как правило, отрицательной величиной, так как его числитель и знаменатель имеют разные знаки, например: минус в знаменателе при снижении цены и плюс в числителе при росте величины спроса. Это так, но экономисты для удобства всегда пишут коэффициенты эластичности как положительные величины. Причина проста — в данном случае не столько важен знак, сколько абсолютная величина коэффициента.

Такой метод расчета удобен тем, что дает возможность сопоставлять данные об эластичности спроса на различные товары в единой системе единиц измерения.

Коэффициенты эластичности позволяют разбить все товары на две основные группы:

- 1) товары эластичного спроса;
- 2) товары неэластичного спроса.

В *первую группу* попадают те товары, для которых коэффициент эластичности больше единицы, т. е. относительный масштаб изменения числа покупок больше относительного масштаба изменения цены (это могут быть, например, предметы роскоши).

Во *вторую группу* попадают те товары, для которых коэффициент эластичности меньше единицы, т. е. относительный масштаб изменения числа покупок меньше относительного масштаба изменения цены (это могут быть, например, предметы первой необходимости).

Именно это разграничение товаров иллюстрирует рис. 3.12. На нем линия *ЛВ* показывает кривую спроса для товара с коэффициентом эластичности (Θ), равным единице. Соответственно кривые спроса для товаров эластичного спроса ($\Theta > 1$) проходят выше и более полого, чем кривая спроса для товара с единичной эластичностью.

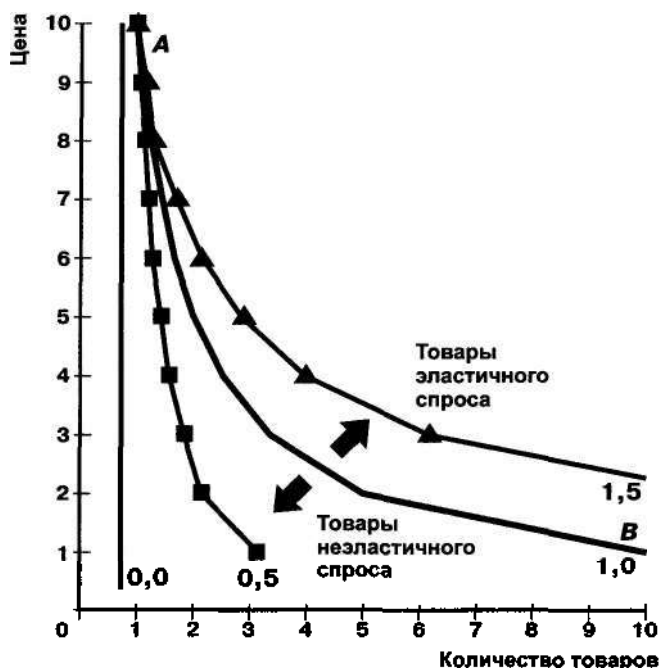


Рис. 3.12. Классификация товаров по степени эластичности спроса на них по цене

Напротив, кривые спроса для товаров неэластичного спроса ($\Theta < 1$) проходят ниже и более отвесно, чем кривая спроса для товаров с единичной эластичностью.

Наконец, слева на рис. 3.12 показана кривая спроса для товаров с абсолютно неэластичным спросом ($\Theta = 0$). Она имеет вид вертикальной

линии, поскольку снижение цены не вызывает роста величины спроса на этот товар. Такой вид имеют чаще всего кривые спроса на товары первой необходимости.

Коэффициент эластичности спроса — одна из тех концепций экономической науки, которые находят широкое применение в коммерческой практике. Сегодня специалисты по изучению рынков умеют просчитывать такие коэффициенты довольно точно, и это позволяет повышать обоснованность решений, принимаемых фирмами при выработке своей хозяйственной стратегии.

С помощью коэффициента эластичности можно, например, найти ответ на вопрос о том, стоит ли повышать цены на товары ради увеличения доходов фирмы. Механизм поиска такого решения несложен и состоит в расчете того, насколько изменится величина спроса и **выручка (доход) от продаж** при изменении цены.

Выручка от продаж — денежная сумма, получаемая **при продаже** и **равная произведению числа проданных товаров на цену, по которой их купили.**

Скажем, если речь идет о товаре неэластичного спроса, то повышение цены на него приведет к росту выручки от продаж (ведь количество покупок сократится в меньшей степени, чем возрастет цена). Если же мы имеем дело с товаром эластичного спроса, то результатом повышения цены может стать не рост, а, напротив, падение выручки фирмы.

Поэтому продавцам приходится постоянно следить за рынком и искать те соотношения качества и цен, которые в наибольшей мере устроят потребителей и позволят производителям соответственно получить наибольшую выгоду от своей коммерческой деятельности.

Уровни коэффициентов эластичности определяют три главных фактора:

1) *наличие товаров-заменителей*. Чем больше у покупателя возможностей удовлетворить ту же свою потребность за счет иного товара, тем придирчивее он будет оценивать приемлемость соотношения «цена/качество». И соответственно тем легче он откажется от покупки данного товара, если его цена после повышения станет больше, чем у товара-конкурента;

2) *размер доходов покупателей* (величина их семейных бюджетов). Речь идет прежде всего о том, как соотносятся уровень цены товара и величина доходов покупателей. Если на приобретение данного товара тратится значительная доля ваших доходов, то изменение его цены для вас куда более значимо, чем на товар, приобретение которого отнимает лишь незначительную часть доходов. Такая ситуация характеризуется возникновением **эффекта дохода**;

Эффект дохода заключается в том, что при снижении цены (или росте дохода) товар становится по отношению к общей величине дохода человека более дешевым и потому покупатель способен приобрести этот товар в большем количестве, не отказываясь от других своих привычных покупок, и наоборот.

3) *время*. В первое время реакция на изменение цен может оказаться весьма незаметной. Но впоследствии ее масштабы могут существенно возрасти. На поиск заменителей подорожавшего товара потребуется время, а когда они будут найдены, спрос сократится куда более заметно, чем в первый момент, когда изменение цен застигло покупателей врасплох. Надо всегда помнить, что практически для любого товара можно найти заменитель или иную модель потребления, просто для этого нужно время.

Понимание описанных выше закономерностей формирования эластичности спроса на отдельные товары давно нашло практическое воплощение, например, в деятельности государственных налоговых служб. Обнаружив, что спрос на некоторые товары, в частности на соль, табак, алкоголь, весьма малоэластичен, правительства разных стран издавна устанавливают на такие товары специальные налоги, добавляемые к цене (обычно их называют акцизами). И хотя эти налоги повышали цены акцизных товаров, спрос и объемы продаж от этого практически не падали, зато резко возрастали налоговые поступления в казну государства. И сегодня в России акцизные налоги взимаются, в частности, по алкогольным и табачным изделиям.

Основные выводы

1. Общая закономерность изменения величин спроса на рынке определенного товара в зависимости от величин цен на него называется спросом. Эта закономерность проявляется в том, какой объем товаров покупатели готовы и способны купить (а не только мечтать о покупке) при определенном уровне цены. Зависимость величины спроса от уровня цены описывается первым законом экономики — законом спроса: при повышении цен величина спроса уменьшается, а при снижении цен — возрастает. Спрос на товары зависит от их полезности и цены выбора.

2. Закономерности формирования спроса на товары существенно различаются в зависимости от того, к какому типу эти товары относятся. Экономическая наука выделяет следующие основные группы товаров: нормальные (обычные) товары; товары низшей категории. Спрос на эти товары при росте доходов населения изменяется неодинаково, что ведет к сдвигам в структуре расходов семей. Как правило, при рос-

те доходов населения спрос на нормальные товары возрастает, а на товары низшей категории — снижается. При этом нормальные товары могут становиться товарами низшей категории по мере роста доходов покупателей. Поэтому коммерческие фирмы должны хорошо представлять, к какой группе относятся произведенные ими товары. Иначе они могут выбрать свою коммерческую политику неверно и понести убытки.

3. Наряду с типом товара на спрос особенно сильно влияют такие факторы, как: уровень доходов покупателей; цены на дополняющие или заменяющие товары; ожидания относительно динамики цен в будущем; численность и возраст покупателей, а также их привычки, вкусы и традиции. Понимание характера и меры таких влияний помогает предсказывать изменения спроса, а также, в определенной мере, управлять им в интересах фирм-производителей.

4. Рыночный спрос на товары представляет собой сумму индивидуальных спросов всех покупателей рынка. Поэтому вид общей рыночной кривой спроса прямо зависит от различий в доходах покупателей и доли в общей их численности групп с высокими, средними и низкими доходами. Сумма спросов на всех рынках страны образует ее совокупный спрос. Совокупный спрос, так же как и спрос на большинство нормальных товаров, снижается при росте цен и возрастает при их снижении.

5. Спрос на товары даже одного типа (например, нормальные товары) реагирует на одинаковые по масштабу изменения цен по-разному. Мера изменения величины спроса при изменении уровня цены называется эластичностью спроса. По уровню эластичности спроса все товары разделяются на две группы: товары эластичного спроса и товары неэластичного спроса. Изучение закономерностей формирования и оценка реальных уровней эластичности спроса помогают коммерческим фирмам более обоснованно принимать решения об объемах выпуска своих товаров и о предпочтительных уровнях цен на них.

Контрольные вопросы

1. В чем отличие величины спроса от величины потребности?
2. Какую роль цена играет в формировании величины спроса?
3. Что гласит так называемый первый закон экономики?
4. Какие основные разновидности потребительских товаров выделяет экономическая наука?

5. Могут ли продукты питания относиться к категории престижных товаров? Если да, то какие?

6. В каких отраслях будет выгоднее создавать новые фирмы, когда в России начнется экономический подъем и рост реальных доходов населения?

7. Чем абсолютная цена отличается от относительной?

8. Какие товары являются по отношению к велосипеду дополняющими, а какие — заменяющими?

9. В каком случае происходит ослабление бюджетных ограничений на покупку определенного товара?

10. Как складывается рыночный спрос на товары определенного вида?

11. Нарисуйте кривую спроса на обычные (нормальные) товары. Как изменится ее вид, если в стране повысится доля людей с высокими доходами?

12. Почему торговые фирмы во всем мире организуют распродажи по сниженным ценам?

13. Почему фирмы во всем мире постоянно ищут рынки товаров, которые являются новинками и вызывают большой интерес покупателей?

14. Почему неизменность цен в командной экономике СССР не способствовала росту предложения дефицитных товаров?

15. В 1992 г. в Москве за год в наибольшей степени подорожал самый дешевый поначалу продукт — рыба (в 27,4 раза). На второе место вышел сахар (рост цен в 19 раз) и на третье — молоко (рост цен в 9,3 раза). Цены же на самый дорогой изначально продукт — мясо — повысились в наименьшей мере, лишь в 3,1 раза. Почему так произошло?

16. С 1994—1995 гг. во многих городах страны началось активное строительство дорогих особняков. В чем заключаются экономические причины этого явления?

17. В 1995 г. правительство России приняло меры, в результате которых деньги в иностранной валюте хранить стало невыгодно. Почему этот шаг был полезен для возрождения отечественного производства товаров?

18. К какой величине ближе коэффициент эластичности спроса на соль: к нулю или к двум?

19. Если выручка фирмы от продаж возросла за год на 30%, а количество проданных товаров — на 15%, то на сколько изменилась цена ее товаров?

20. Целесообразно ли установить акцизный налог на сливочное масло?

Вопросы для обсуждения

1. Почему торговые фирмы во всем мире организуют распродажи по сниженным ценам?
2. Почему фирмы во всем мире постоянно ищут рынки товаров, которые являются новинками и вызывают большой интерес покупателей?
3. Почему неизменность цен в командной экономике СССР не способствовала росту предложения дефицитных товаров?

ГЛАВА 4.

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ЛОГИКА БИЗНЕСА

То, что обычно называется кривой предложения, на самом деле является кривой спроса на деньги со стороны тех, кому принадлежат товары.

Филип Х. Уикстид

§ 14. От чего зависит предложение товаров

Люди имеют возможность купить на рынке нужные им товары благодаря тому, что эти товары предлагаются к продаже. Но от чего зависит объем предлагаемых к продаже товаров?

Изучая действия продавцов на рынке, нетрудно заметить, что количество товаров, которое предлагается ими к продаже (**величина предложения**), также напрямую зависит от складывающегося в торговле уровня цен.

Обычно чем выше цена, по которой можно продать экономическое благо (пользующийся спросом товар), тем больший его объем продавцы и изготовители готовы предложить на рынок. Это вполне логично: чем большую сумму денег продавец выручит за проданные им товары, тем больше он сможет потратить на удовлетворение уже собственных желаний, тем более комфортной жизни он сможет достичь.

Связь величины предложения товаров с уровнем цены, по которой эти товары могут быть проданы, иллюстрирует рис. 4.1.

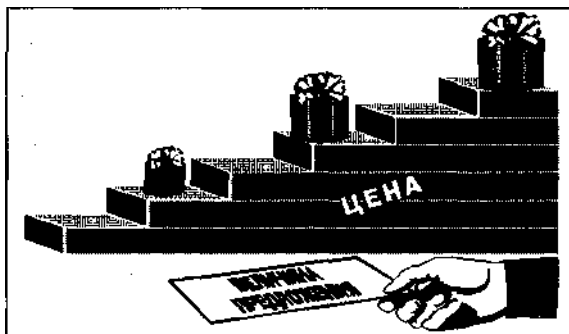


Рис. 4.1. Связь величины предложения товаров и уровня цены

Как мы видим, чем выше цена, тем больший объем товаров продавцы готовы предложить на рынок в обмен на деньги покупателей. Иными словами, каждому уровню цены на рынке будет соответствовать своя величина предложения товаров со стороны продавцов (производителей).

Информацию о возможных величинах предложения обычно представляют графически в виде кривой, которая называется *кривой предложения*. Она описывает картину предложения на данном товарном рынке, т. е. зависимость между двумя показателями:

- ценой товара;
- объемами его производства (поставок в торговлю), возможными при различных уровнях цен.

Построим кривую предложения (рис. 4.2) на основании данных табл. 4.1 (такого рода таблицы принято называть *шкалами предложения*).

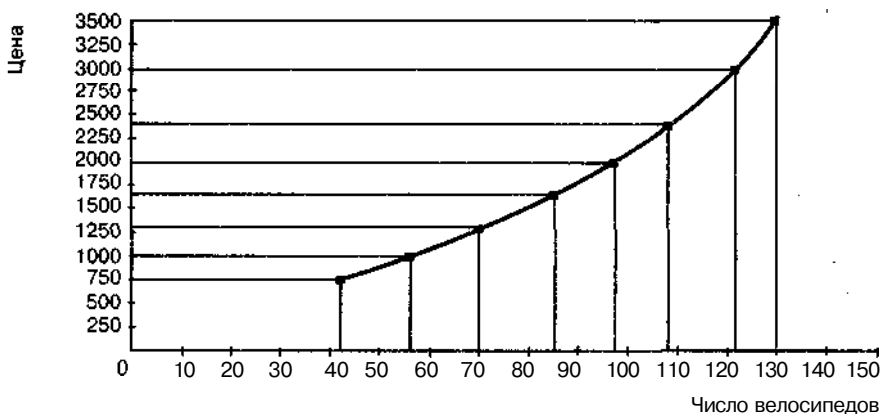


Рис. 4.2. Кривая предложения (на примере рынка велосипедов)

Каждая точка на этой кривой — величина предложения данного товара (возможный объем производства) при определенном уровне его цены. Например, точка с координатами 70, 1300 обозначает, что при цене 1300 ден. ед. изготовители готовы предложить к продаже 70 велосипедов.

Таким образом, кривая предложения позволяет ответить на два вопроса:

- 1) какова будет величина предложения при различных уровнях цен?
- 2) как изменится величина предложения при некотором изменении цены?

Таблица 4.1

Величины предложения велосипедов при различных уровнях цен

Цена велосипеда, долл.	Возможный объем производства, шт.
3500	130
3000	122
2400	108
2000	97
1650	85
1300	70
1000	56
750	42

Величина предложения обычно изменяется в том же направлении, что и цена. А вся совокупность возможных величин предложения при различных уровнях цен образует **предложение** на рынке определенных благ.

Предложение — это тоже характеристика состояния рынка, а точнее, другой его важнейшей составляющей — экономической логики поведения продавцов (изготовителей). Реально эта логика проявляется в том, какой оказывается величина предложения (объем производства) при разных уровнях цены.

Как и в случае со спросом, соотношение между понятиями «величина предложения» и «предложение» легче понять, если каждое из них — ответ на определенный вопрос.

На вопрос владельца магазина: «Сколько товаров изготовители будут готовы мне предложить на продажу за месяц при цене, равной Хруб.?» — ответом будет информация о величине предложения.

Величина предложения — объем товара определенного вида (в натуральном измерении), который продавцы готовы (хотят и могут) предложить в течение определенного периода времени на рынок при определенном уровне рыночной цены на этот товар.

Если же он поставит вопрос по-иному: «Сколько товаров изготовители готовы будут мне предложить за месяц при различных уровнях цен на данный товар?» — то ответом будет характеристика предложения на данном рынке.

Предложение — сложившаяся в определенный период времени зависимость величин предложения на рынке определенного товара в течение определенного периода времени (месяца, года) от уровней цен, по которым этот товар может быть продан.

Раз величина предложения меняется в зависимости от изменения величины цены, то мы можем говорить об **эластичности предложения по цене**.

Эластичность предложения по цене — масштаб изменения величины предложения (в процентах) при изменении цены на один процент.

Степень такой эластичности определяют путем деления разницы (в процентах) в величинах предложения до и после изменения цены на величину изменения цены (в процентах). Уровни эластичности предложения также различаются по товарам, и поэтому одинаковые по относительной величине изменения цен могут вызвать неодинаковые приросты предложения различных товаров.

Поэтому любой изготовитель (продавец), принимаясь за дело, должен начинать с поиска ответов на следующие вопросы:

1) покроет ли выручка от продаж те затраты, с которыми будет связано производство (организация продаж) этого товара?

2) принесет ли производство (продажа) этого товара лично ему доход, и если да, то какой?

Как правило, рост цен вызывает увеличение числа выпускаемых (предлагаемых к продаже) товаров, а снижение цен — уменьшение этого числа.

Такую закономерность поведения производителей (продавцов) на рынках большинства товаров экономисты называют **законом предложения**.

Закон предложения: повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен — к ее уменьшению.

Наряду с ценой на величину предложения товаров влияют еще и такие факторы, как:

- цены других товаров (а значит, выгодность их производства);
- цены факторов производства, используемых для изготовления данного товара;
- технология, т. е. способы изготовления товара или организации предоставления услуги.

Нетрудно заметить, что логика поведения на рынке покупателей и производителей товаров противоположна: при росте цены производители и продавцы готовы предложить на рынок все большую массу товаров, тогда как покупатели отвечают на рост цены снижением величины своего спроса.

В последние годы на многих российских предприятиях уволили старых директоров. Все они были опытными производственниками, и все же новые хозяева почему-то решили избавиться от этих людей. Почему это произошло?

Одна из главных причин таких увольнений — плохое понимание директорами «старой школы» принципов работы фирмы в рыночной среде, неумение четко осознать новые цели своих предприятий и то, как этих целей можно добиться.

Попробуем теперь осознать те мотивы и закономерности, которые определяют поведение фирм и соответственно предложение производимых ими товаров на рынок.

§ 15. Цели деятельности фирмы

Прибыль является важнейшим фактором формирования предложения, поскольку ее получение — цель любой коммерческой фирмы. Но цель эта — не единственная.

Экономическая наука различает три типа целей, которые выбирают себе фирмы (рис. 4.3).

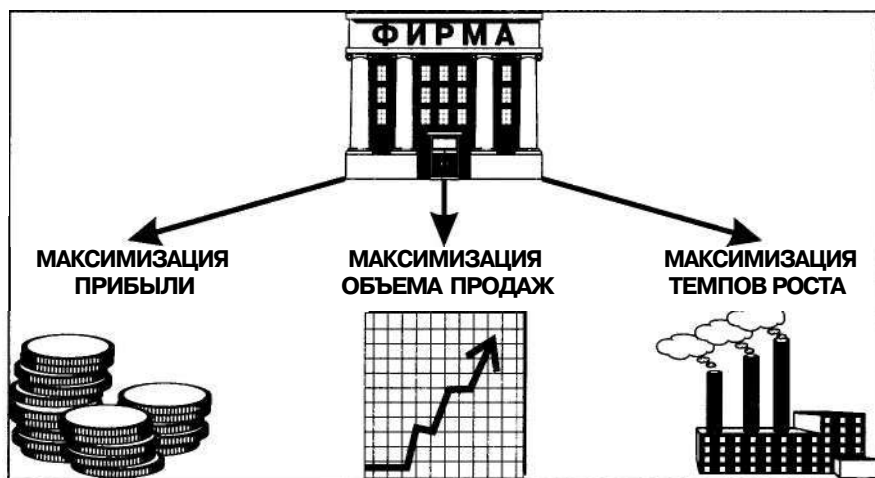


Рис. 4.3. Основные типы целей коммерческих фирм

Как видно на рис. 4.3, наиболее распространенные такие цели фирм, как максимизация:

- *прибыли*, т. е. величины превышения выручки от продаж товаров над затратами на их производство и сбыт;
- *объема продаж* в течение определенного периода времени (например, года);

- *темпов роста самой фирмы* как таковой (например, величины ее производственных мощностей, числа занятых, количества филиалов и т. д.).

Изучая коммерческую практику, экономисты обнаружили, что выбор той или иной цели деятельности зависит в фирме от того, кто реально контролирует ее деятельность и каково ее положение на рынке.

Казалось бы, очевидно, что получение наибольшего дохода, максимальной прибыли всегда должно быть первейшей задачей любой фирмы. Но реальная жизнь куда сложнее теоретической схемы.

Далеко не всегда контроль за деятельностью фирмы осуществляет именно тот, кому она принадлежит. Совпадение в одном лице собственника и управляющего — менеджера встречается чаще всего в небольших фирмах.

Большими фирмами, напротив, обычно управляют наемные менеджеры. И хотя теоретически именно владельцы:

- 1) устанавливают цели деятельности фирмы и оценивают успешность работы менеджера по достижению этих целей;

- 2) нанимают менеджера на работу;

- 3) определяют величину его заработной платы и иных поощрений, это вовсе не значит, что менеджеры всегда и во всем послушно следуют воле собственников. У них есть свои интересы, и далеко не всегда они связаны именно с максимизацией прибыли.

Это хорошо иллюстрирует деятельность приватизированных предприятий России. Теоретически они из государственных организаций превратились в частные фирмы, принадлежащие в большей части гражданам страны, работающим на этом предприятии или совершенно посторонним. По закону эти новые частные владельцы обладают всей полнотой прав по отношению к своей собственности.

Но сегодня в России в подавляющем большинстве случаев полный контроль за деятельностью фирм реально находится в руках менеджеров — директоров предприятий. Собственники мало что могут сделать, чтобы навязать директорам свою волю, так как собственность «распылена»: каждый частный владелец обладает лишь несколькими акциями, и потому его голос на общих собраниях акционеров практически мало что значит.

Напомним, что любой акционер имеет при решении этих вопросов столько голосов, сколько голосующих акций ему принадлежит. И если он владеет наибольшей долей акций — **контрольным пакетом**, то может управлять фирмой самостоятельно.

Контрольный пакет — доля акционерного капитала, которая обеспечивает большинство голосов на собраниях акционеров и позволяет владельцу такого пакета установить контроль над акционерной компанией.

Каков должен быть размер контрольного пакета? Чисто арифметический подход подсказывает — 50,1 % стоимости всех акций. Но это справедливо лишь для маленьких компаний с небольшим числом акционеров, где все они могут собраться на обязательное ежегодное собрание.

В больших же компаниях с сотнями тысяч, или миллионами акционеров, часто разбросанных по всему земному шару, на собрания приходят лишь очень немногие владельцы ценных бумаг. К тому же их позиции на собрании могут различаться: вовсе не обязательно, что все они будут голосовать одинаково. Поэтому для полного контроля над такими фирмами обычно достаточно пакета в размере всего 3–5% стоимости выпущенных акций.

Если же никто из акционеров или их групп контрольным пакетом не владеет, то директор реально может строить деятельность фирмы в соответствии с собственными интересами, отличными от интересов собственников.

Именно на этой почве столь большой объем приобрели в России неплатежи: ни одна частная фирма, реально контролируемая ее владельцем, не стала бы вновь посылать товары в адрес покупателя, уже один раз не оплатившего покупку вовремя.

В России такое поведение формально частных фирм — дело повседневное.

Различие целей собственников и менеджеров (и бесконтрольность последних) породило в России и такую специфическую форму организации деятельности фирм, как «двойная звезда» (рис. 4.4).



Рис. 4.4. Модель «двойной звезды» в деятельности российских фирм

Ее суть очень проста: директор российского предприятия создает за рубежом собственную фирму и начинает поставлять ей продукцию по минимальной цене (оправдываясь перед собственниками и налоговыми органами тем, что, дескать, «товар у нас такой, что дороже никто и платить не хочет»). Затем от имени зарубежной фирмы этот товар поставляется в Россию или другие страны, но уже по мировой, обычно более высокой цене.

В итоге вся разница в ценах и соответственно подавляющая часть прибыли оседает в зарубежной фирме и попадает в карман директора. Эта фирма на коммерческом небосклоне выделяется своей прибыльностью как яркая звезда.

Российская фирма, директор которой, по сути, обманывает ее владельцев, напротив, смотрится «черной звездой»: ведь ее прибыль минимальна или вообще отсутствует.

Конечно, такие махинации менеджеров — крайний случай, возможный в нашей стране в силу недостаточной защиты законом и государством интересов владельцев фирм.

Тем не менее существенные различия в интересах владельцев и менеджеров — обычное дело в большинстве стран с частной собственностью. Причем интересы собственников тоже не всегда наиболее рациональны с позиций фирмы. Например, собственники могут требовать получения наибольшей прибыли, а фирме нужно закрепиться на рынке с новым продуктом. Поэтому требовать за него сразу наибольшую из возможных цен неразумно: прибыль с каждой проданной единицы будет высока, но захватить большую долю рынка не удастся.

Вот почему обычно цели фирмы формируются в результате долгих и сложных согласований интересов и позиций собственников и менеджеров.

Как свидетельствует практика, фирма выбирает получение максимальной прибыли в качестве своей главной цели чаще всего в следующих случаях:

- 1) ею реально управляет владелец;
- 2) владелец желает именно получения наибольшей прибыли.

Оговорка о желании владельца получать именно наибольшую прибыль не случайна. Дело в том, что иногда владелец, равно как и менеджеры, может отдать предпочтение одной из двух других целей деятельности фирмы:

- 1) достижение максимального объема продаж своих товаров;
- 2) обеспечение максимально высоких темпов роста объемов продаж и масштабов самой фирмы.

Для молодых фирм именно эти цели будут более значимыми, чем получение сразу наибольшей прибыли. Им надо закрепиться на рынке и обеспечить себе устойчивые перспективы деятельности. Ради этого можно на время поступиться прибыльностью, продавая товары по минимальным ценам.

Соответственно и кривые предложения фирм при прочих равных условиях будут различаться в зависимости от тех целей, какими они руководствуются (рис. 4.5).

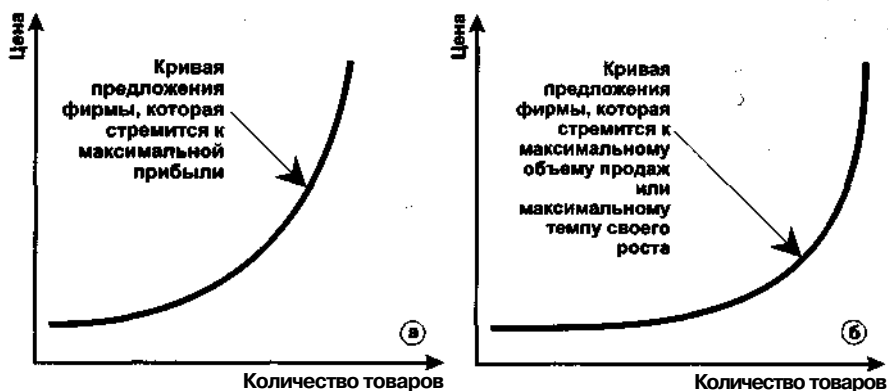


Рис. 4.5. Различия в кривых предложения фирм в зависимости от целей их деятельности (при прочих равных условиях)

Как видно на рис. 4.5 а, фирма, стремящаяся к максимизации прибыли, будет идти даже на небольшое увеличение объемов выпуска лишь при достаточно большом росте рыночных цен (кривая предложения уходит круто вверх).

Напротив, фирма, стремящаяся к максимизации объемов продаж или темпов своего роста (рис. 4.5 б), будет согласна наращивать объемы выпуска даже при небольшом увеличении рыночной цены (кривая предложения поднимается вверх достаточно полого).

Чаще всего в реальной коммерческой практике фирмы руководствуются не одной-единственной целью, а некоторым их сочетанием. Например, в ходе обследования, проведенного в 1995 г. Экспертным институтом по заказу Министерства экономики, директора отечественных предприятий так ответили на вопрос о том, какие цели лежат в основе их коммерческой стратегии (табл. 4.2).

Таблица 4.2

**Наиболее важные цели для руководителей
российских предприятий в 1994—1995 гг.**

Предложенные на выбор варианты ответов	Доля руководителей предприятий, выбравших данный вариант ответа (в %) *
Стабилизация численности трудового коллектива предприятия	28,0
Сохранение существующего уровня производства	18,2
Увеличение доли предприятия в общем объеме продаж на рынке	12,8
Максимизация продаж	49,4
Максимизация прибыли	48,2
Улучшение технологии производства	21,3
Освоение новых видов деятельности и продукции	5,5
Проникновение на новые (в том числе зарубежные) рынки	2,4

* Респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа.

А вот как определили свои главные цели (которыми они руководствуются, в частности, при установлении цен) менеджеры 728 фирм Великобритании, которых английский экономист Д. Шипли опрашивал в 1981 г. (табл. 4.3).

Таким образом, формирование предложения на рынке определенных товаров зависит от того, какие цели сейчас предпочтительны для фирм, производящих эти товары, и каково соотношение между фирмами, имеющими разные цели, в общей численности фирм данной отрасли.

Отрасль — группа фирм, производящих сходные или одинаковые продукты и потому конкурирующих на одних и тех же рынках.

§ 16. Индивидуальное, рыночное и совокупное предложение

Итак, именно цели деятельности фирм определяют повседневную деятельность последних на рынке. Другими словами, цели фирмы определяют, сколько товаров фирма готова будет предложить к продаже при тех или иных уровнях цены, т. е. ее **индивидуальное предложение**.

Таблица 4.3

Наиболее важные цели для менеджеров британских фирм в 1981 г.

Предложенные на выбор варианты ответов	Названо в качестве главной цели фирмы (число фирм)	Названо в качестве элемента набора целей фирмы (число фирм)
Максимальная прибыль или доход на имеющийся у фирмы капитал	486	639
Прибыль, устраивающая фирму и ее клиентов	94	353
Возможность продажи товаров по ценам, аналогичным тем, что используют конкуренты	56	350
Максимизация выручки от продаж	54	342
Стабилизация объема продаж	37	182
Достижение максимальной доли в продажах на рынке	16	129
Возможность поддержания стабильных цен	11	120
Прочие цели	10	38

Индивидуальное предложение — предложение, с которым на рынок выходит отдельный продавец.

Поскольку рыночный спрос формируется как сумма спросов отдельных покупателей, можно предположить, что и **рыночное предложение** представляет собой сумму индивидуальных предложений всех фирм отрасли.

Рыночное предложение — суммарное предложение товаров на рынке всеми продавцами.

Раз рыночное предложение формируется как сумма индивидуальных предложений отдельных фирм, то:

1) чем больше на рынке фирм и чем они ближе по объемам продаж, тем меньшее влияние каждая из них оказывает на формирование общего рыночного предложения;

2) чем больше различия между фирмами по объемам продаж и чем фирм меньше, тем большее влияние на формирование рыночного предложения оказывают наиболее крупные производители.

Именно здесь кроются корни той опасности, которая связана с возможностью появления в отдельных отраслях фирм-монополистов.

Далее мы познакомимся с тем, как страна может и должна защищаться от вредных последствий монополизации рынков и поддерживать конкуренцию.

Поскольку хозяйство любой страны представляет собой совокупность рынков всевозможных ресурсов и товаров, то в конечном счете коммерческие стратегии всех фирм-производителей сливаются на рынке страны в **совокупное предложение**. Однако переход от индивидуального к рыночному и, наконец, к совокупному предложению нельзя рассматривать просто как суммирование индивидуальных предложений все более широкого круга фирм.

Совокупное предложение — общее количество **конечных товаров** и услуг, которое **фирмы страны могут и готовы в течение определенного периода времени предложить на рынок при: 1) сложившемся в стране уровне цен; 2) существующей технологии; 3) имеющихся ресурсах всех видов.**

Дело в том, что закономерности формирования совокупного предложения достаточно отличны от закономерностей формирования предложения рыночного и тем более индивидуального.

На уровне страны совершенно по-особому начинает звучать проблема ограниченности ресурсов. Отдельная фирма может расширять масштабы использования ресурсов в очень больших размерах — лишь бы предельные затраты на производство не превышали предельной выручки от продаж.

В масштабах страны в целом ситуация меняется. Если производство начнут наращивать все фирмы, то в конце концов в хозяйственную деятельность будут вовлечены все доступные в данный момент времени производственные ресурсы страны. Вот почему кривая совокупного предложения имеет вид, отличающийся от вида обычной кривой предложения (рис. 4.6).

Как видим на рис. 4.6, величина совокупного предложения при росте цен вначале тоже увеличивается, демонстрируя готовность и возможность фирм страны предложить на рынок больший объем товаров и услуг.

Но после того как величина предложения достигает точки *A* с координатами $Ц|$ и K), рост совокупного предложения практически прекращается: все ресурсы уже пущены в дело, а новых пока взять неоткуда.

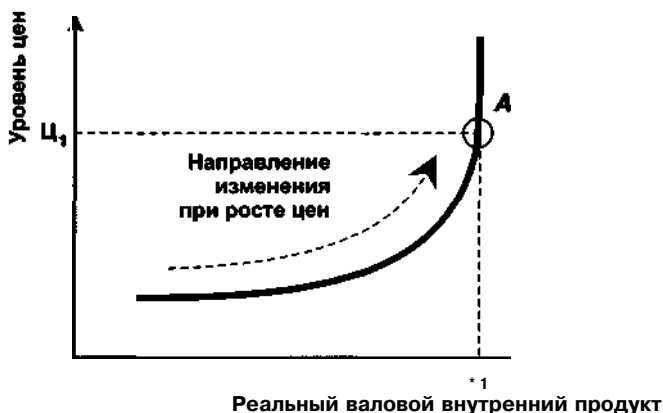


Рис. 4.6. Кривая совокупного предложения

Реально это означает, что:

- 1) безработица уже упала до своего естественного уровня (т. е. в стране осталась практически только фрикционная безработица);
- 2) оборудование на всех фабриках работает в три смены и на полную мощность;
- 3) разрабатываются все доступные месторождения полезных ископаемых и т. д.

Тогда при росте цен будет увеличиваться только номинальный валовой продукт (т. е. общая рыночная стоимость произведенных в стране за год конечных товаров и услуг), а реальный валовой продукт (т. е. физическое количество произведенных конечных товаров и услуг) больше расти не сможет. Именно поэтому на рис. 4.6 в точке **A** **кривая совокупного предложения меняет свою форму: она начинает подниматься вертикально вверх, послушно следуя за ростом цен.**

Именно на этой почве рождается инфляция спроса, о которой мы будем подробнее говорить далее.

Как видно на рис. 4.7, пока совокупное предложение встречалось на рынке страны с совокупным спросом-1, формирование рыночного равновесия происходило без особых проблем и достигалось при количестве товаров и услуг K_0 и уровне цен D_0 . Затем совокупный спрос возрос и описывающая его кривая сдвинулась до положения «Совокупный спрос-2». Следовательно, на рынке возник дефицит товаров и стала возможной их продажа по более высоким ценам.

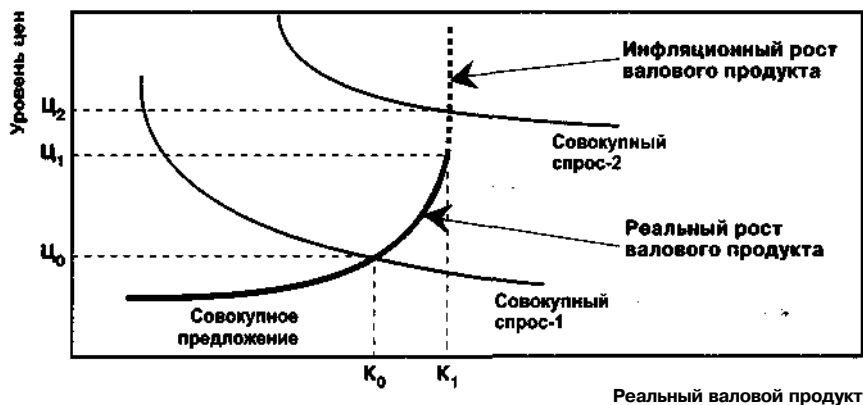


Рис. 4.7. Экономические условия возникновения инфляции спроса

Обнаружив это, фирмы начнут наращивать предложение. Но когда оно достигнет величины K_0 , дальнейший рост станет невозможен: все наличные ресурсы страны уже будут задействованы. Однако при такой физической величине предложения рынок сбалансироваться все равно не сможет — кривая спроса будет проходить выше точки с координатами C_1 и K_1 .

Вот тогда дефицит товаров неизбежно породит рост цен — до уровня C_2 , при котором рынок наконец достигнет равновесия. Но, как мы видим на рис. 4.7, повышение уровня цен с C_1 до C_2 не будет сопровождаться ростом физического (реального) объема валового продукта страны. Это как раз и означает, что реальный рост совокупного предложения сменится его инфляционным повышением.

Так десятилетиями развивались события на рынке СССР. Доходы населения и производственных организаций постепенно росли за счет поступлений от экспорта сырья и инфляционной накачки экономики деньгами. Последнее делалось ради выполнения любой ценой установленных в документах Коммунистической партии Советского Союза задач «неуклонного повышения благосостояния трудящихся».

Возможности реального наращивания производства товаров и услуг (особенно для населения) уже к началу 80-х годов были крайне ограничены или полностью исчерпаны в силу неразумной экономической политики: не было резервов ни рабочей силы, ни производственных мощностей, ни сырья, ни материалов. Реальное достижение баланса в экономике между совокупным спросом и совокупным предложением достигалось только за счет инфляционного роста предложения.

Этот рост происходил в двух формах:

1) прямого повышения цен (обычно на товары повышенного спроса типа ковров, мехов, хрусталя, которые тут же переименовывались в «предметы роскоши»);

2) возникновения вынужденных сбережений (суммы этих сбережений быстро росли год от года при довольно низком уровне материального благосостояния граждан, так как потратить заработки на покупку нужных товаров было просто невозможно).

Таким образом, закономерности формирования совокупного предложения позволяют понять многие явления хозяйственной жизни страны.

Посчитаем — подумаем

Допустим, что на рынке аудиокассет страны действуют две фирмы: АО «Шосткассета» и АО «Казанькассета». Индивидуальные кривые их предложения показаны на рис. 4.8.

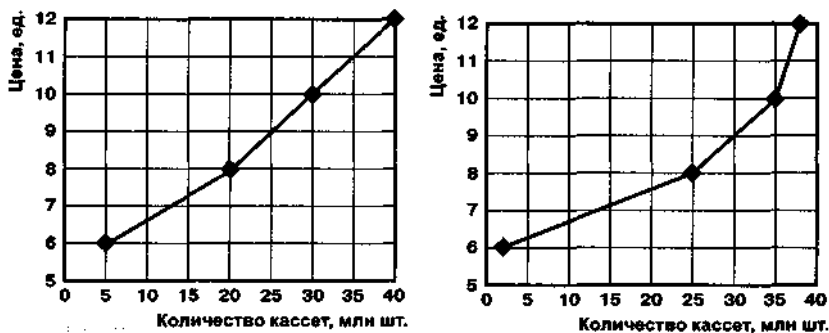


Рис. 4.8. Индивидуальные кривые предложения фирм по производству аудиокассет

0

Как же сложится в этих условиях рыночная кривая предложения?

Ответ на это дает рис. 4.9. Как мы видим, общее (рыночное) предложение кассет сложилось как сумма индивидуальных предложений обеих фирм. Например, при цене 8 ед. за кассету АО «Шосткассета» готово было предложить на рынок 20 млн кассет, а АО «Казанькассета» — 25 млн кассет. Значит, при такой цене на рынок будет реально предложено 45 млн кассет.

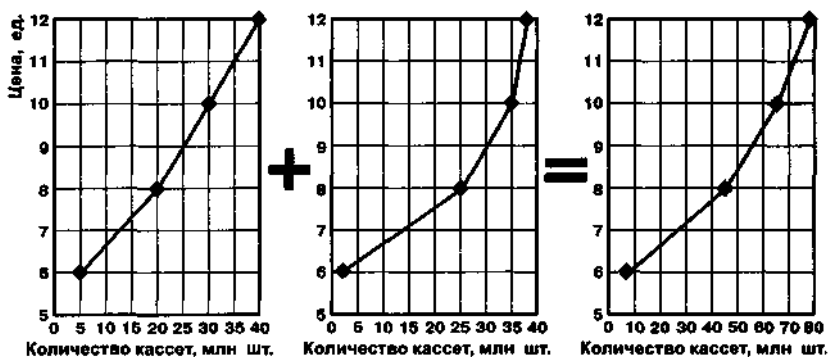


Рис. 4.9. Формирование рыночной кривой предложения на базе индивидуальных кривых предложения фирм отрасли

§ 17. Эластичность предложения и факторы ее формирования

Знакомство с закономерностями формирования предложения будет неполным без выяснения того, чем определяется мера его увеличения в случае роста цен, т. е. без выяснения закономерностей, определяющих **эластичность предложения по цене**.

Эластичность предложения по цене — масштаб изменения величины предложения товара (в %) при изменении цены этого товара на 1%.

Формула расчета эластичности изменения предложения при изменении цен (коэффициента ценовой эластичности предложения) имеет следующий вид:

$$\frac{\text{Изменение числа товаров, предложенных к продаже (в\%)}}{\text{Изменение цены (в\%)}} = \text{Коэффициент ценовой эластичности предложения.}$$

Например, если повышение цены на 4% приводит к росту величины предложения на 6%, то коэффициент эластичности предложения будет равен:

$$\frac{6}{4} = 1,5.$$

В мире товаров и услуг попадают такие, для которых величина коэффициентов эластичности предложения неизменна во всем диапазоне возможных цен. Но чаще встречаются ситуации, когда и коэффициент эластичности меняется вслед за ценой. Скажем, диапазону изменения цен от 12 до 15 ед. может соответствовать один уровень этого коэффициента, а диапазону изменения цен от 15 до 20 ед. — уже другой.

Но почему возникает такая странная тенденция изменения эластичности предложения по ценам? Почему один и тот же абсолютный прирост цены в диапазоне более высоких ее значений вызывает менее заметную реакцию производителей товаров?

Послушав, о чем говорят в производственных цехах и кабинетах менеджеров, мы узнаем еще несколько исходных, первичных факторов, которые влияют на эластичность предложения по ценам (рис. 4.10):

- 1) технология производства;
- 2) эластичность предложения ресурсов;
- 3) ожидания относительно будущей динамики цен;
- 4) время.

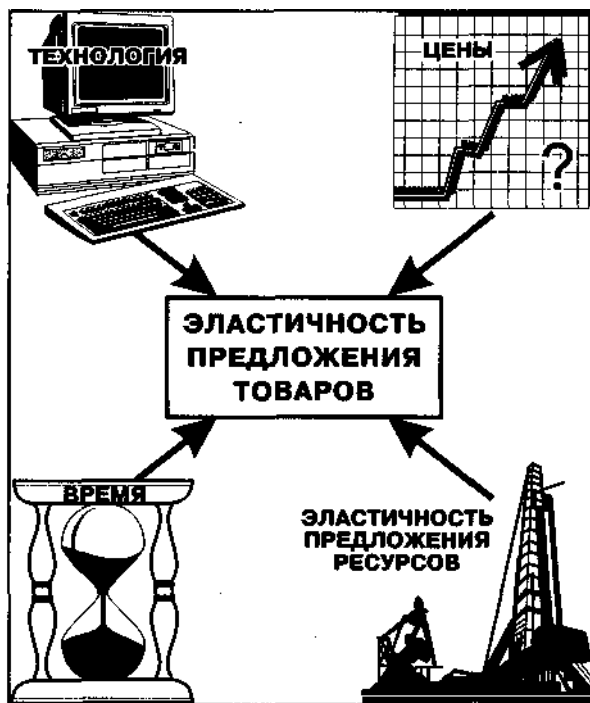


Рис. 4.10. Факторы, влияющие на эластичность предложения по ценам

Познакомимся с этими факторами поближе.

Технология производства. Если вы изготавливаете вручную деревянную мебель, то даже заметный рост спроса и повышение в итоге рыночных цен не смогут быстро вызвать заметного роста предложения вашей мебели на рынке.

Сам процесс вырезания и отделки деталей, а затем их соединения в готовое изделие малоэластичен по времени. Например, вы не можете водить наждачной бумагой по заготовке спинки со скоростью в 3 раза большей, чем прежде: и рука сразу устанет, и наждак разогреется от трения до нестерпимой температуры. Точно так же и клею не прикажешь сохнуть в 3 раза быстрее: химические процессы имеют свои закономерности.

В этих условиях ускорить приготовление большей партии мебели на продажу вы сможете только путем изменения технологии ее изготовления. Скажем, самый надежный и проверенный временем путь — разделение труда, чтобы каждую деталь изготавливали разные работники, еще один занимался только отделкой, а другой — только склеиванием изделий.

Совсем иная ситуация сложится на фабрике, где процесс изготовления механизирован (например, мебельные панели штампуются из древесно-стружечной массы). Здесь возможности наращивания выпуска куда больше: надо только организовать работу оборудования не в одну, а в 2–3 смены.

Прирост выпуска сразу окажется куда большим по сравнению с изготовлением этих панелей дополнительными работниками вручную. Да и смена ассортимента продукции (если того потребует рынок) может быть осуществлена куда быстрее, чем в ручном производстве, где еще придется переучивать персонал.

Эластичность предложения ресурсов. Изготовление любой продукции требует каких-то ресурсов. И увеличить ее выпуск можно только в том случае, если есть шанс быстро получить дополнительное количество таких ресурсов (например, нанять дополнительных работников, приобрести дополнительное сырье и т. д.). Но ведь может быть и так, что предложение нужных фирме ресурсов неэластично: она готова купить их в большем количестве, чем прежде, и даже заплатить за них подороже, но дополнительного объема этих ресурсов просто нет.

С такой ситуацией сегодня столкнулась черная металлургия России. В нашей стране нет месторождений хрома, который необходим для производства легированных сталей. Эти месторождения есть только в Казахстане. А действующая там японская компания продает всю продукцию в другие страны, но не в Россию.

В итоге российские металлурги, несмотря на наличие спроса на легированные стали, существенно нарастить их производство не могут (и с трудом удерживают даже прежний объем выпуска за счет закупок хрома на мировом рынке), так как предложение легирующих компонентов неэластично.

Можно, конечно, увеличить закупки легирующих компонентов на мировом рынке. Но они обойдутся дороже, чем казахские (предельные затраты возрастут). А значит, объем выгодной для изготовления продукции сократится. Следовательно, одному и тому же уровню цены на легированные стали будет соответствовать меньшая величина предложения. А это и означает, что низкая эластичность предложения ресурсов снижает эластичность предложения и той продукции, которая изготавливается из этих ресурсов.

Ожидания относительно будущей динамики цен. Решения о том, сколько и какой продукции фирме стоит производить, принимают владельцы или менеджеры. Делают они это не по наитию, а на основе более или менее сложных расчетов: что им выгодно, а что нет. В этих расчетах особенно важны прогнозы того, по какой цене можно будет продать послезавтра те товары, производство которых надо запланировать на завтра.

Если будущий уровень цен, по мнению менеджеров, не оправдает существенного роста производства, то они запланируют рост выпуска в масштабах меньших, чем можно было бы ожидать при ситуации, сложившейся на рынке сегодня. Очень может быть, что прогнозы будущей динамики цен и не сбудутся, но эластичность предложения они могут понизить.

Время. Такое неуловимое явление, как время, в мире экономики становится весьма реально действующим фактором. Причина проста: увеличение предложения товаров на рынок обычно требует некоторого времени. Величина этого времени, конечно, может быть очень разной — в зависимости от типа рынка и товара, а также ситуации в фирмах-производителях.

Представим себе, что владелец булочной обнаружил, что у него раскупили весь хлеб уже с утра и к обеду для покупателей продукта не осталось. Решить эту проблему в ту же минуту, когда у него купили последнюю буханку, он не в состоянии.

Даже при наличии собственной пекарни на выпечку дополнительного хлеба все равно нужно время. Если же он сам хлеб не печет, то может позвонить на хлебозавод и:

- заказать дополнительную партию хлеба сегодня к концу рабочего дня;
- увеличить заказ на завтра, чтобы избежать повторения сегодняшнего дефицита.

Но ведь может случиться и так, что весь объем дневной выпечки хлеба уже заказан булочными и у хлебозавода нет резерва для увеличения производства. Тогда увеличение предложения хлеба в нашей булочной может быть достигнуто лишь после того, как:

- ее владелец организует собственную пекарню;
- хлебозавод купит дополнительные печи, наймет и обучит дополнительных рабочих, увеличит запасы муки на складе и в итоге нарастит дневной объем выпечки хлеба.

Таким образом, одна и та же ситуация неудовлетворенного спроса в булочной порождает три различные реакции предложения в зависимости от того, какой период времени мы рассматриваем.

Предложение в данный момент времени практически совершенно неэластично: если в 12.00 в булочной кончился хлеб, то в 12.01 дополнительные буханки на полках не появятся.

Предложение в краткосрочной перспективе может быть уже более эластичным: если в 12.00 в булочной кончился хлеб, но на хлебозаводе есть запас буханок и машина для его перевозки, то, скажем, уже к концу обеденного перерыва к 14.00, на полках может снова лежать хлеб.

Предложение в длительной перспективе практически абсолютно эластично: если спрос на хлеб превышает его предложение постоянно, а дополнительные затраты денежных средств на строительство новых печей могут окупиться, то хлебозавод увеличит свои мощности, чтобы полностью удовлетворить спрос при этой цене.

Все эти ситуации хорошо видны на рис. 4.11.

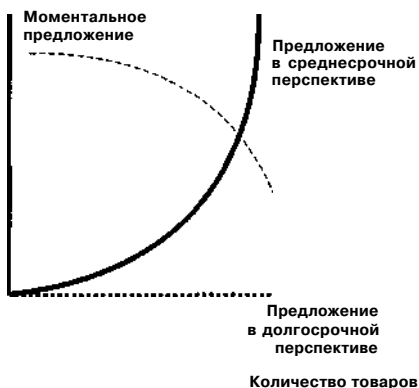


Рис. 4.11. Различия в эластичности предложения в зависимости от времени его реакции на рыночную ситуацию

Как показано на рис. 4.11, моментальное предложение практически абсолютно неэластично — описывающая его кривая идет вертикально вверх. В среднесрочной перспективе предложение уже более эластично: описывающая его кривая имеет привычный нам вид, т. е. полого поднимается вверх. И наконец, в долгосрочной перспективе предложение практически абсолютно эластично. Соответствующая этой ситуации кривая предложения горизонтально уходит вправо — «до горизонта спроса», т. е. до того предельного объема данного товара, который может быть куплен при данном уровне цены.

Таким образом, по мере роста периода времени, в течение которого мы оцениваем эластичность предложения, кривая предложения поворачивается вправо-вниз, пока не достигнет горизонтального положения. Именно на это обращает внимание пунктирная стрелка на рис. 4.11.

Но что такое среднесрочная или долгосрочная перспектива? Можно ли определить эти понятия более четко, без углубления в технические детали и отраслевые особенности расширения производства? Критерием такого разграничения экономическая наука взяла эластичность предложения ресурсов, необходимых для расширения производства.

Если вернуться к приведенному выше примеру с хлебом, то наращивание его производства может быть разбито на два этапа.

На первом этапе, допустим, хлебозавод может увеличить объем выпечки на уже существующем оборудовании. Для этого ему придется приобрести больше муки, нанять дополнительных рабочих, оплатить дополнительный расход энергии и т. д.

Иными словами, ресурс капитала (оборудование и помещения) будет неизменен, а объем других ресурсов (муки, труда, энергии и т. д.) возрастет. Но если спрос все равно полностью удовлетворить не удастся, тогда придется перейти ко второму этапу.

На втором этапе необходимо покупать новое оборудование, а может быть, и строить новые цеха (или даже новый хлебозавод). Это значит, что изменится объем уже всех видов ресурсов, используемых для производства товара (как муки, труда, энергии, так и капитала).

Именно на основе такого анализа ученые и смогли разграничить экономические понятия среднесрочного и долгосрочного **периодов изменения предложения**.

Среднесрочный период изменения предложения — срок, в течение которого предложение может быть увеличено, несмотря на неизменность числа **фирм** и объема принадлежащего им капитала.

Скажем, с 1993—1994 г. в крупных городах России стала формироваться группа достаточно богатых людей, которые готовы были платить большие деньги за высококачественные продукты питания. Но отечественная пищевая промышленность не смогла ответить на возникновение такого спроса адекватным предложением: существующее оборудование этого сделать не позволяло. Иными словами, предложение таких товаров отечественного производства оказалось на много месяцев неэластичным. И рынок наполнился импортными продуктами питания.

Но затем отечественные предприниматели произвели за рубежом закупки современного пищевого оборудования: в Россию потоком хлынули мини-пекарни, колбасные мини-цеха и т. д. Кое-какое оборудование закупили и для крупных приватизированных предприятий их новые владельцы. Наконец этот долгосрочный период адаптации предложения завершился — новое оборудование заработало.

Долгосрочный период изменения предложения — срок, в течение которого предложение может быть увеличено за счет наращивания объема использования всех видов ресурсов производства.

И предложение российских товаров вновь стало эластичным: на полках отечественных магазинов появились отечественные продукты питания, изготовленные и упакованные не хуже, чем зарубежные аналоги (самый простой пример — поступление в продажу стандартных европейских пластмассовых бутылок с водой, произведенных российскими фирмами).

Посчитаем — подумаем

Расчет коэффициента эластичности, а точнее, его знаменателя и числителя, рождает некоторые проблемы. В зависимости от того, будем ли мы вести расчет изменений величин цен и спроса по отношению к ранее существовавшим или новым их уровням, мы можем получить разные величины коэффициентов эластичности (табл. 4.4).

Таблица 4.4

Цена старая, ед.	Цена новая, ед.	Прирост, %	Прежняя величина предложения, шт.	Новая величина предложения, шт.	Прирост, %	Коэффициент эластичности предложения
15	12	$\frac{[(12 - 15) : 15] \times 100}{100} = -20$	55	40	$\frac{[(40 - 55) : 55] \times 100}{100} = -27$	$27 : 20 = 1,35$
15	12	$\frac{[(12 - 15) : 12] \times 100}{100} = -25$	55	40	$\frac{[(40 - 55) : 40] \times 100}{100} = -38$	$38 : 25 = 1,52$

Как видно из табл. 4.4, если при одном и том же снижении цены с 15 до 12 ед., а предложения с 55 до 40 шт. мы будем относить величины прироста цен и предложения к ранее существовавшим уровням цен и предложения, то расчет даст нам коэффициент эластичности предложения на уровне 1,35.

Напротив, при отнесении величин прироста цен и предложения к новым уровням цен и предложения расчет даст нам коэффициент эластичности предложения на уровне 1,52. Поскольку такая неоднозначность расчетов не может устроить ни экономистов, ни бизнесменов, то обычно расчет коэффициентов эластичности проводится несколько более сложно: изменения цен и величин предложения (а при расчетах коэффициентов эластичности спроса — величин спроса) относятся к средним значениям цен и предложения (или соответственно спроса) (табл. 4.5).

Таблица 4.5

Цена старая, ед.	Цена новая, ед.	Средняя величина цены, ед.	Прирост, %	Прежняя величина предложения, шт.	Новая величина предложения, шт.	Средняя величина предложения, шт.	Прирост, %	Коэффициент эластичности предложения
15	12	$[12 + 15] : 2 = 13,5$	$[(12 - 15) : 13,5] \times 100 = -22$	55	40	$[55 + 40,00] : 2 = 47,5$	$[(40 - 55) : 47,5] \times 100 = -32$	$30 : 22 = 1,45$

Таким образом, используемая на практике формула расчета коэффициента эластичности предложения (легко преобразуемая для расчета эластичности спроса) имеет вид:

$$\text{Коэффициент эластичности предложения} = \left[\frac{P_1 - P_0}{(P_1 + P_0) : 2} \right] : \left[\frac{C_1 - C_0}{(C_1 + C_0) : 2} \right],$$

где P_0 и P_1 — соответственно прежняя и новая величины предложения;
 C_0 и C_1 — соответственно прежний и новый уровни цен.

При таком методе расчета коэффициентов эластичности наконец решается задача получения однозначной их величины для определенного диапазона цен (будь то ситуация повышения или понижения цен). В нашем примере эта величина коэффициента эластичности предложения составила 1,45, и именно ею мы можем пользоваться для прогнозирования изменения величины предложения при изменении уровня цен.

Экономика в лицах

Адам СМИТ — отец современной экономической теории

Имя великого шотландца Адама Смита (1723-1790) равно читится всеми современными учеными-экономистами, сколь бы различных точек зрения они ни придерживались. В историю экономической мысли он навсегда вошел своей книгой **«Исследование о природе и причинах богатства народов»** (1776 г.), которая стоила ему девяти лет полного отшельничества и принесла славу «отца экономической науки».

Он был единственным ребенком в небогатой семье таможенного чиновника, скончавшегося за несколько месяцев до рождения своего первенца. Воспитанный матерью, посвятившей ему всю жизнь, Адам в 14 лет поступил в университет Глазго (Шотландия). Упорно набирая знания и одолевая вечно мучившие его болезни, он стал одним из образованнейших людей своего времени. Не случайно именно он возглавил кафедру нравственной философии, а потом и сам университет в Глазго. Подготовка лекций для студентов этого университета и стала толчком к формулированию Адамом Смитом своих представлений о проблемах экономики.

Основой научной теории А. Смита был взгляд на человека с трех точек зрения:

- с позиций морали и нравственности;
- с позиций гражданских и государственных;
- с позиций экономических.

Он попытался объяснить экономические отношения людей именно с учетом особенностей их существа, считая, что человек эгоистичен от природы и поэтому его цели вполне могут противоречить интересам окружающих. Но люди все же ухитряются как-то сотрудничать друг с другом ради общего блага и личной выгоды каждого.

Значит, есть какие-то механизмы, которые обеспечивают такое сотрудничество. И если их выявить, то можно понять, как устроить экономические отношения еще более рационально.

Вот почему Смит так много писал о разделении труда: он видел в нем источник роста благосостояния любого народа мира. Именно он первым четко показал роль разделения труда в повышении его производительности.

Он дал ответ на вопрос, почему разделение труда и обмен товарами неуклонно сопутствуют истории человечества. Великий шотландец показал, что обмен товарами происходит тогда и только тогда, когда он выгоден обеим сторонам. Это была революционная для своего времени идея (впрочем, и до сих пор она нелегко усваивается людьми, мало знакомыми с экономикой).

До Смита на обмен и торговлю смотрели в соответствии с шутливым утверждением, приписываемым еще древним грекам: *«Рынок — это специально отведенное место, где люди могут обманывать друг друга»*.

Иными словами, считалось, что в любой сделке одна сторона выигрывает, а вторая соответственно обязательно проигрывает.

Смит доказал, что на самом деле существует универсальная выгода для всех, кто вступает в обмен товарами. Эта выгода — экономия его участниками своего труда. Иными словами, человек соглашается на обмен только тогда, когда полагает, что затратил на изготовление отдаваемого товара меньше времени, чем ему пришлось бы потратить на изготовление того товара, который он хочет выменять. Если обмен происходит свободно и его участники вольны в выборе партнеров и согласовании цен, то такой обмен — благо для всех его участников и страны в целом.

Иными словами, Смит доказал, что без обмена бессмысленно и невозможно само разделение труда, а без него дороги к росту объемов производства и благосостояния народа не найти.

Более того (в отличие от своих предшественников), он сумел понять и доказать, что богатство нации создается не только в сельском хозяйстве или в торговле, но всеми видами производств, существующими в экономике. Поэтому у любой страны есть возможность стать богатой и обеспечить своим гражданам хорошие условия жизни. Помешать росту богатства страны может только неблагоразумие ее правителей, так как: *«Великие нации никогда не беднеют из-за расточительности и неблагоразумия частных лиц, но они нередко беднеют в результате расточительности и неблагоразумия государственной власти»*.

Если же власти не мешают людям свободно трудиться, создавать сбережения и вкладывать их в коммерческую деятельность, то страна будет процветать: *«Для того чтобы поднять государство с самой низкой ступени варварства до высшей ступени благосостояния, нужны лишь мир, легкие налоги и терпимость в управлении; все остальное сделает естественный ход вещей»*.

Основные выводы

1. Общая закономерность изменения величины предложения на рынке определенного товара в зависимости от изменения величин цен на него называется предложением. Эта закономерность проявляется в том, какой объем товаров продавцы (изготовители) готовы предложить на рынок при определенном уровне цены. Зависимость величины предложения от уровня цены описывается законом предложения: при повышении цен величина предложения возрастает, а при снижении цен — уменьшается.

2. В своей деятельности коммерческие фирмы преследуют различные цели, среди которых наиболее часто встречаются максимизация прибыли, максимизация объема продаж или максимизация темпов роста фирмы. Выбор одной из этих целей в качестве главной зависит от положения фирмы на рынке, степени контроля владельца за ее текущей деятельностью, интересов наемных менеджеров, которые управляют фирмой от имени владельца. В тех случаях, когда владельцы не в состоянии реально воздействовать на деятельность менеджеров (например, при распылении акций среди многих акционеров), последние могут подчинить деятельность фирмы только личным интересам. Защитить интересы владельцев в таких ситуациях способна лишь сила закона.

3. Общее рыночное предложение товаров складывается как сумма индивидуальных предложений всех фирм отрасли, производящих эти товары. Общее рыночное предложение товаров зависит от того, насколько у фирм отрасли различаются условия производства и необходимые для него затраты, каково соотношение крупных и мелких фирм, а также фирм с высокими и низкими затратами. Чем в отрасли больше фирм, способных наращивать производство с затратами ниже средних, тем больше может возрастать величина предложения при одном и том же повышении цены. А чем больше различия в размерах фирм, тем сильнее влияние на величину рыночного предложения со стороны наиболее крупных фирм. Общее количество товаров и услуг, которое могут предложить на рынки все отрасли страны, называется величиной совокупного предложения. В отличие от индивидуального и рыночного предложений, величина совокупного предложения может расти ограниченно — до тех пор, пока в стране еще есть свободные ресурсы производства.

4. Предложение различных товаров при одинаковом по масштабам изменении цены возрастает по-разному. Мера изменения величины предложения товаров при изменении цен на них называется эластичностью предложения. Эластичность предложения товаров зависит от технологии производства, эластичности предложения ресурсов, ожиданий относительно будущей динамики цен, времени.

Контрольные вопросы

1. Какое значение имеет величина цены для формирования величины предложения?

2. В чем заключается различие между понятиями «предложение» и «величина предложения»?

3. Если цена повысилась на 10%, а число предложенных к продаже товаров — на 15%, то чему равен показатель эластичности предложения?
4. Каковы наиболее распространенные цели коммерческой деятельности фирмы?
5. Почему директора акционерных фирм обычно стремятся распродавать вновь выпускаемые ими акции мелкими партиями как можно большему числу покупателей?
6. По каким основным причинам россияне, обменявшие свои ваучеры на акции приватизированных предприятий, получают сегодня такие маленькие доходы от своей собственности?
7. Чем различаются между собой индивидуальное, рыночное и совокупное предложения?
8. Почему увеличение рыночного предложения имеет менее жесткие границы, чем совокупного предложения?
9. За счет чего рост номинального валового продукта может быть больше, чем реального валового продукта?
10. Как изменится поступающее в магазины количество товара с эластичностью предложения 1,2, если цена на него возрастет с 30 до 35 руб.?
11. Почему во всем мире при многих булочных существуют собственные пекарни?
12. Объясните (с помощью графика формирования цены равновесия), как изменится рыночная цена, если эластичность предложения может быть обеспечена: а) только в среднесрочной перспективе; б) только в долгосрочной перспективе.

Вопросы для обсуждения

1. Почему торговые фирмы во всем мире организуют распродажи по сниженным ценам?
2. Почему фирмы во всем мире постоянно ищут рынки товаров, которые являются новинками и вызывают большой интерес покупателей?
3. Почему неизменность цен в командной экономике СССР не способствовала росту предложения дефицитных товаров?
4. Во многих странах существуют и поддерживаются государством ассоциации акционеров. Что порождает возникновение таких ассоциаций и нужны ли они в России?
5. Как можно объяснить различия в целях деятельности фирм, выбираемых российскими и британскими менеджерами?
6. Почему в производстве модной одежды сегодня в мире преобладают небольшие, но высокотехнологизированные предприятия?

ГЛАВА 5.

ЧТО ТАКОЕ ФИРМА

Бизнес — это игра, величайшая игра в мире —
если вы знаете, как в нее играть.

Томас Дж. Уотсон

Слово «фирма» в СССР было почти под запретом и возродилось в нашем языке лишь в 60—70-х годах прошлого века. Его произносили обычно с ударением на втором слоге, и обозначало оно хороший («фирменный») импортный товар, например джинсы Levi's. Сейчас мы в этом слове ставим ударение на первом слоге, а само слово все чаще употребляем с прилагательным «российская» и связываем с местом работы родственников, друзей, знакомых. Так что же такое фирма, почему она возникает и какая от нее польза?

§ 18. Зачем создаются фирмы

Жизнь любого человека в мире рыночной экономики связана с постоянным взаимодействием с разнообразными фирмами. Фирмы нанимают людей на работу, производят товары и услуги. Наконец, результаты деятельности фирм сказываются на природной среде, в которой мы живем. Неудивительно, что изучение проблем деятельности фирм занимает одно из центральных мест в экономической теории.

Мы уже выяснили, что фирма — это организация, производящая блага для продажи. Точнее говоря, фирма — организация, обладающая следующими признаками:

- 1) она создана для производства товаров или услуг;
- 2) она покупает или арендует факторы производства и комбинирует их в процессе производства благ;
- 3) свои товары или услуги она продает индивидуальным покупателям, другим фирмам или иным организациям;
- 4) ее владельцы хотят получать доход от продажи товаров или услуг в форме прибыли.

Если хозяйственная организация отвечает всем этим признакам, то, чем бы она ни занималась — производством самолетов, строительством садовых домиков или продажей цветов, перед нами **фирма**.

II Фирма — коммерческая организация, приобретающая факторы производства || с целью создания и продажи благ и получения на этой основе прибыли.

Ответ на вопрос: «Зачем создаются фирмы?» — зависит от того, кто его задает: покупатель, предприниматель или экономист.

С точки зрения **покупателя**, фирмы нужны для того, чтобы поставлять на рынок пользующиеся спросом блага. Следовательно, фирма, которая производит то, на что нет спроса, с точки зрения покупателя, просто бессмысленна. Впрочем, невозможность сбыть товар и получить доход неизбежно делает деятельность такой фирмы бессмысленной и для ее владельцев.

С точки зрения **предпринимателя**, фирма создается для того, чтобы приносить ему доход в форме прибыли и другие выгоды.

Предприниматель — человек, который на свои и заемные средства и под свой риск создает фирму, чтобы, соединяя производственные ресурсы, создавать блага, продажа которых принесет ему прибыль.

Решить эту задачу успешно удастся далеко не каждому предпринимателю. Большинство предпринимательских начинаний (порядка 80%) оканчиваются неудачей, и люди не только не становятся богаче, но теряют все или почти все свои сбережения, вложенные в создание фирмы.

Успех приходит к тем, кто не только хочет быть предпринимателем, но и обладает предпринимательским талантом. Этот талант заключается прежде всего в умении успешно решать задачи, которые встают перед любой фирмой:

- 1) какие товары или услуги производить;
- 2) в каком объеме их производить;
- 3) какую технологию использовать для производства;
- 4) какие факторы производства (ресурсы) приобретать для производства и в каком объеме;
- 5) как лучше организовать работу персонала и производственный процесс;
- 6) как оплачивать труд персонала, чтобы люди работали наиболее продуктивно;
- 7) как продвигать свои товары на рынок;
- 8) по какой цене предлагать товары к продаже и т. д.

Если владелец фирмы или нанятые им управляющие (менеджеры) решают эти задачи успешно, то фирма получает выручку от продаж, достаточную не только для покрытия всех своих затрат, но и для получения ее владельцами прибыли.

Такова логика деятельности фирм в рыночной экономике (независимо от того, являются ли они частными или государственными). В командной системе нет фирм, принадлежащих частным лицам: здесь существуют только государственные предприятия, все аспекты деятельности которых предопределяются заданиями Госплана или министерств. Выполнение этих заданий становится главной целью предприятия (именно за это поощряются и руководство предприятия, и его персонал), а прибыль превращается в нечто сугубо второстепенное.

Но именно прибыль — наиболее естественный источник средств для развития самого предприятия и экономики страны в целом. Если предприятия работают без прибыли, значит, хозяйство страны лишается средств для своего развития, и эти средства приходится заменять эмиссией ничем не обеспеченных, «пустых» денег, что неизбежно оборачивается инфляцией. Такое развитие событий было характерно для экономики СССР на протяжении 80-х годов и привело к тяжелому экономическому кризису 90-х годов.

С точки зрения **экономиста**, фирмы возникают потому, что они, комбинируя (соединяя) факторы производства, решают задачи производства более рационально, чем отдельный человек.

Кроме того, производство некоторых благ вообще осуществимо только с помощью фирм, которые способны построить и эксплуатировать крупные предприятия. Без фирм — только на основе индивидуального производства и рыночной торговли — невозможно представить организацию производства такой сложной продукции, как самолеты, корабли, автомобили.

Итак, фирмы создаются, чтобы:

- 1) рационально соединять факторы производства при создании нужных людям благ;
- 2) зарабатывать своим владельцам прибыль.

Но как добывается прибыль и почему одни фирмы богатеют, а другие разоряются? Эти вопросы находятся в центре внимания того раздела экономической науки, который мы в гл. 1 обозначили как «экономика фирмы». Но прежде чем познакомиться с секретами завоевания коммерческого успеха более основательно, обсудим еще одну проблему организации фирм — их экономические и юридические формы.

§ 19. Виды фирм

Организация фирм в любой стране издревле регулируется обычаями и законами, поскольку деятельность фирм затрагивает интересы

большого числа граждан и государство не может стоять в стороне от этого. Если же оно не занимается в должной мере регулированием законодательных основ деятельности фирм, то последствия оказываются весьма плачевными.

В 1994 г. это ощутили на себе многие тысячи россиян, потерявших огромные суммы сбережений в результате деятельности различного рода сомнительных финансовых и торговых фирм. Создание этих фирм и их операции оказались возможными из-за пробелов в российском законодательстве. Неудивительно, что отечественные законодательные органы были вынуждены ускорить свою работу и на протяжении 1994—1995 гг. была, наконец, завершена подготовка важнейшего для регулирования деятельности фирм документа — Гражданского кодекса — своего рода «хозяйственной конституции».

Закон допускает создание в России самых различных форм коммерческих организаций. На рис. 5.1 представлены основные допускаемые в нашей стране формы хозяйственных организаций, а также круг их возможных участников или вкладчиков (возможно также создание производственных кооперативов и государственных либо муниципальных унитарных предприятий).

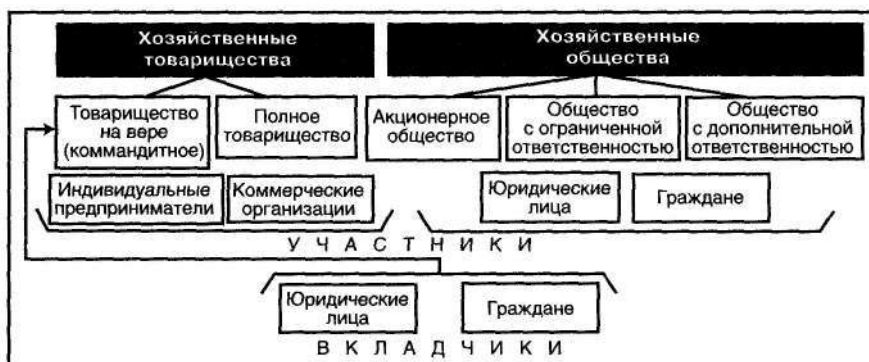


Рис. 5.1. Виды фирм по российскому законодательству

История развития форм предпринимательства показывает, что человечество искало способы, которые позволяли бы предпринимателям собирать суммы, достаточные для организации фирм, но были бы наименее рискованными и для самого предпринимателя, и для тех, кто дает ему деньги.

Самая простая, древняя и распространенная форма хозяйственной организации — индивидуальная (частная) фирма. В российском законодательстве она теперь именуется **хозяйственным обществом с единственным участником**.

Создатель такой фирмы — ее единоличный и полновластный хозяин. Ему никто не может указывать, что он должен делать, и он ни с кем не обязан делиться своей **чистой прибылью**.

Чистая прибыль — часть прибыли, остающаяся в распоряжении хозяйственной организации после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Но ничто не дается даром, и за право вести дела только по собственному усмотрению владелец такой фирмы расплачивается резким ограничением возможностей привлечения денежных средств для ее развития. Изначально такие возможности определяются только тем, сколько свободных денег есть у него самого.

Дальше, конечно, он может попытаться занять денег у друзей или взять кредит в банке. Но шансы у него не очень велики. Ведь разумные люди, и уж тем более банки, одалживают деньги только под залог. Это значит, что заранее оговаривается, какое имущество должника у него можно будет забрать и продать в погашение **обязательств**, если сам он вовремя расплатиться не сумеет.

Обязательства — действия, которые должник должен совершить в пользу кредитора, например передать имущество, выполнить определенную работу или выплатить оговоренную сумму денег.

По российскому законодательству индивидуальная фирма может быть создана лишь в форме общества с ограниченной ответственностью. Это значит, что залогом здесь может служить только имущество самой фирмы, а если его не хватит для погашения долгов, то требовать продажи, например, личного имущества хозяина фирмы нельзя. Тем самым закон защищает граждан от полного жизненного краха в случае разорения созданных ими фирм.

Но соответственно уменьшаются и возможности получения кредитов для развития этих фирм. Чтобы понять, почему это так, нам надо познакомиться с правилами получения ссуд в коммерческих банках.

Неудивительно поэтому, что индивидуальные фирмы обычно малы по размерам, так как им не по силам собрать те денежные средства, без которых невозможно создание крупного бизнеса. Действуют такие фирмы чаще всего в сфере торговли и обслуживания, там, где капитал фирмы может быть относительно невелик.

Индивидуальные фирмы — самые недолговечные. Ведь такой фирме особенно трудно выкраивать прибыль на развитие. Как правило, это приходится делать за счет прибыли, которая должна была служить доходом ее владельца и обеспечивать его семье хотя бы прожиточный минимум. А если доход невелик, то для содержания своей семьи хозяин вынужден забирать деньги из дела, что быстро приводит к банкротству. Вот почему индивидуальные фирмы, создаваемые обычно в огромном количестве, по большей части существуют лишь год-два.

Чтобы разрешить проблему нехватки денег для создания крупных коммерческих предприятий, а также улучшить управляемость фирмой за счет разделения связанных с этим обязанностей, предприниматели освоили еще одну форму хозяйственной организации — товарищество.

В полном товариществе его участники:

- занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества;
- несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом;
- управляют деятельностью товарищества по общему согласию;
- распределяют между собой прибыль и убытки пропорционально доле каждого в общем (складочном) капитале товарищества (например, член товарищества, внесший при его создании 20% складочного капитала, имеет в дальнейшем право на получение и 20% чистой прибыли);
- при долгах товарищества отвечают каждый в полной мере, а не пропорционально своей доле в уставном фонде. Такая ответственность называется субсидиарной. Это означает, что если, допустим, из 10 членов товарищества девять оказались в момент банкротства неимущими (у них нечего забрать для продажи и погашения долгов фирмы), то все должен будет заплатить десятый партнер — даже если ему придется продать имущества на большую сумму, чем он когда-то внес в уставный фонд товарищества.

Товарищество на вере (коммандитное) помогает сократить риск вложения денег в коммерческую деятельность и тем самым облегчает предпринимателям сбор средств для развития своей деятельности.

Достигается это за счет того, что закон разрешает включение в состав товарищества на вере участников с разными правами и обязанностями:

- *полных товарищей*, которые осуществляют руководство фирмой и неограниченно отвечают собственным имуществом по обязательствам фирмы;

- *вкладчиков (коммандитистов)*, которые просто вносят в создание фирмы некоторую сумму денег, но не участвуют в ее деятельности или управлении ею.

Выгода для вкладчиков состоит в том, что они могут получать прибыль от коммерческой деятельности, если вложат деньги в товарищество на вере, но при этом их собственный риск минимален. Они не несут полной ответственности за неудачи фирмы — это удел только полных товарищей. А потому при банкротстве товарищества на вере вкладчики теряют только ту сумму денег, что некогда внесли в складочный капитал товарищества.

Товарищество — общее название нескольких форм хозяйственных организаций, предполагающих объединение собственных средств нескольких участников ради совместного ведения дел.

Посчитаем — подумаем

Предположим, вы решили создать индивидуальную фирму и вложили в ее создание 200 тыс. руб. Часть денег (80 тыс. руб.) пошла на организационные расходы, а 120 тыс. руб. было потрачено на покупку оборудования. Для изготовления товаров нужно еще приобрести сырье, оплатить электричество и осуществить еще немало других расходов.

К сожалению, на это денежных средств уже не осталось.

Что делать?

Можно обратиться в банк и попросить ссуду. Вернуть эти деньги банку вы обещаете за счет выручки от продажи готовых товаров.

Поскольку есть риск, что вы не сможете вернуть деньги в случае коммерческой неудачи, банк предпримет меры предосторожности. Для этого он поинтересуется, какое свое имущество вы сможете продать в случае коммерческой неудачи, чтобы все-таки вернуть долг. В этом качестве вы предлагаете использовать купленное вами оборудование и предъявляете документы о том, что оно обошлось вам в 120 тыс. руб. На такую же сумму вы бы хотели получить и кредит.

Увы, скорее всего, вас ждет разочарование. Даже если банк отнесется к вам крайне доброжелательно и решится кредитовать столь юную фирму, еще не доказавшую своей рыночной состоятельности, то все равно в таком размере ссуду он вам не даст.

В лучшем случае банк выделит ссуду в размере 60—70% суммы залога, т. е. 72—84 тыс. руб. Резерв в 30—40% от стоимости имущества должен уберечь банк от возможных потерь при продаже вашего оборудования, а еще лучше — позволить банку получить и в этом случае некоторый доход.

В этой ситуации, чтобы все-таки получить недостающие деньги, вам может прийти в голову мысль включить в обеспечение кредита и личное имущество. Но сделать этого вы не сможете, поскольку российский закон устанавливает ограниченную ответственность личной фирмы. Таким образом, деятельность вашей фирмы окажется под вопросом.

§ 20. Что такое акционерное общество

Товарищества и индивидуальные фирмы долго были основной формой коммерческих организаций. Но со временем развитие производства потребовало создания таких крупных фирм, что собрать средства для них в рамках прежних форм стало крайне трудно.

Классическим примером может служить строительство железных дорог — дело крайне дорогостоящее во все времена. Даже у группы самых богатых граждан не хватало денег, чтобы начать реализацию таких проектов.

Тогда предприниматели сделали следующий шаг: усовершенствовали форму товарищества на вере и превратили его в **акционерное общество**.

Акционерные общества были придуманы очень давно, но особое распространение получили в связи с необходимостью огромных денежных средств для реализации таких проектов, как строительство железных дорог, создание портов, возведение крупных машиностроительных и химических заводов и т. д.

Акционерное общество — это хозяйственная организация, совладельцами которой может быть неограниченное число владельцев денежных средств. **При** этом каждый из них имеет право на часть имущества и доходов АО, а некоторые — и на участие в управлении им.

По закону акционеры обладают двумя важнейшими правами:

1) они отвечают по обязательствам АО только в пределах сумм, которые когда-то потратили на покупку акций, и больше с них ничего нельзя требовать даже при разорении фирмы;

2) каждый акционер может свободно продавать свои акции.

Такое сочетание прав и ответственности акционеров оказалось достаточно привлекательным для многих людей во всех странах мира.

И если сегодня человечество пользуется разветвленной сетью железных дорог, то благодарить за это надо не только инженеров и строителей, но и создателей акционерных компаний. Именно эта форма хозяйственной организации позволила на добровольной основе собирать

у множества небогатых людей их сбережения и по капельке наполнять «топливные баки» гигантских проектов прокладки путей и строительства станционного хозяйства. Немецкий экономист Карл Маркс так писал об этом: *«Мир до сих пор оставался бы без железных дорог, если бы приходилось дожидаться, пока накопление не доведет некоторые отдельные капиталы до таких размеров, что они могли бы справиться с постройкой железной дороги. Напротив, централизация посредством акционерных обществ осуществила это в один миг».*

Рождение акционерных компаний сыграло огромную роль в экономическом прогрессе человечества, резко расширив его возможности. Без огромных АО не удалось бы создать многие современные отрасли, изменившие в XIX—XX вв. образ жизни людей (машиностроение, химическую промышленность, авиационный транспорт и т. д.).

Таким образом, у каждого типа фирм есть свои достоинства и недостатки. Их сводный обзор содержит табл. 5.1.

Таблица 5.1

Вид фирмы	Достоинства	Недостатки
Индивидуальная фирма	1. Легко создать 2. Легко контролировать 3. Свобода действий 4. Меньшее регулирование со стороны государства.	1. Трудно найти средства для расширения фирмы 2. Меньшая стабильность фирмы 3. Владелец должен вести всю работу по управлению фирмой
Товарищество	1. Легко создать 2. Можно разделить работу по управлению 3. Легче собирать более крупные суммы денег для развития фирмы, чем в индивидуальной фирме 4. Регулирование со стороны государства не особенно жесткое	1. Возможны конфликты между партнерами 2. Смерть или выход из дела одного из партнеров требуют переоформления документов фирмы 3. Полные товарищи несут ответственность имуществом 4. Для крупных проектов средства собрать крайне трудно
Акционерное общество (корпорация, компания)	1. Можно собирать огромный капитал путем продажи акций 2. Ответственность акционеров минимальна 3. Максимальная стабильность фирмы при смене ее совладельцев 4. Возможность найма профессиональных менеджеров	1. Можно потерять контроль над фирмой, если кто-то купит большое количество акций 2. Работа с акционерами требует больших усилий (надо вести реестр акционеров, организовывать выплату дивидендов и т. д.) 3. Владелец фирмы подлежат двойному обложению налогом (на прибыль фирмы на личные доходы и сформированные из прибыли, оставшейся после уплаты налога на прибыль)

Чтобы понять, какую роль сегодня играют различные формы хозяйственных организаций в структуре экономик развитых стран, можно воспользоваться данными по США. Здесь в настоящее время насчитывается более 16 млн различных фирм. Доля каждой из рассмотренных выше форм хозяйственных организаций видна на рис. 5.2.

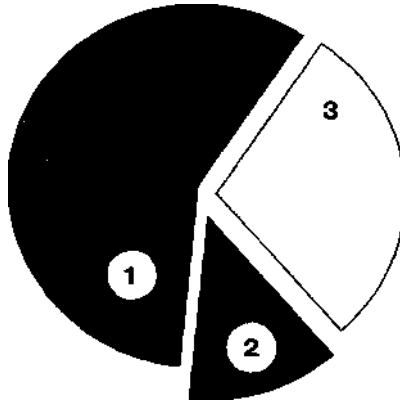


Рис. 5.2. Доля различных типов фирм в общем числе коммерческих организаций США: 1 — индивидуальные фирмы; 2 — товарищества; 3 — акционерные фирмы

Акционерные фирмы составляют лишь небольшую долю (20%) в общем числе американских фирм. Преобладают по численности индивидуальные (частные) фирмы.

Основная доля продукции в США и других промышленно развитых странах выпускается, однако, именно акционерными фирмами (так, в Великобритании эта доля составляет 89%). Это, как правило, крупнейшие хозяйственные организации, в которых трудятся сотни тысяч наемных работников, а объемы продаж измеряются миллиардами долларов. Например, автомобильная компания США «Дженерал Моторс» продала в 1990 г. товаров и услуг на 126 млрд долл.

Причины возникновения и сосуществования различных типов фирм обобщенно показывает рис. 5.3. На нем все типы хозяйственных (коммерческих) организаций размещены относительно двух осей. По одной — уровень возможностей для отдельного человека влиять на деятельность фирмы. По другой — возможности привлечения денежных средств для развития фирмы.

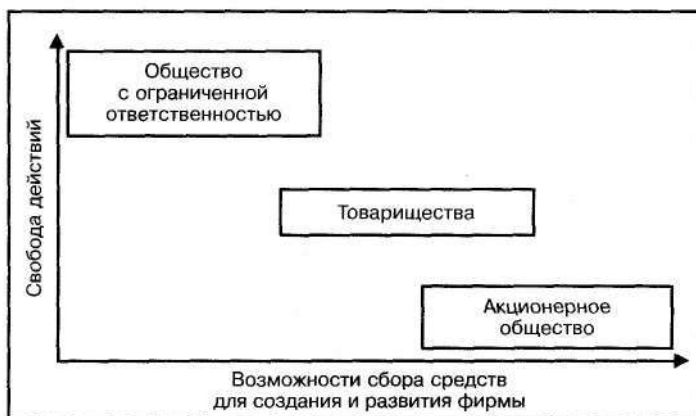


Рис. 5.3. Экономические различия между типами фирм

Как легко заметить, наибольшую свободу действий индивидуальному предпринимателю (владельцу) дает общество с ограниченной ответственностью. Но у такой фирмы и минимальные возможности для привлечения денег.

На другом полюсе — акционерное общество. Здесь роль отдельного владельца минимальна (он всего лишь «один из многих»). Но зато возможности для сбора крупных денежных сумм здесь максимальны.

Товарищества же всех форм занимают в этой системе координат промежуточное положение.

В какой бы форме ни создавалась хозяйственная организация, это всегда — рискованное предприятие. Оно может обогатить своих зачинателей, но может и лишить их не только всех сбережений, но и здоровья, подорванного колоссальной нервной нагрузкой, необходимой для ведения дел. И хотя любая фирма — частное дело ее владельцев, успех этого дела вовсе не безразличен для общества в целом. От устойчивости и процветания фирм в любой стране зависит слишком многое: и насыщенность рынка, и уровень цен на товары, и возможность занятости, и многое другое.

Страницы экономической истории человечества

От семейной трапезы — к купцам-авантюристам

Товарищества как форма союза предпринимателей родились прежде всего в торговле. Это естественно, поскольку торговля вообще древ-

нейший вид коммерческой деятельности, но, увы, сопряженный и с большими затратами, и с немалым риском. Поэтому еще в Древнем Риме возникли коммерческие товарищества, деятельность которых велась по всему бассейну Средиземного моря. В XI-X вв. до н. э. расцвели «морские», или «истинные», товарищества. Их создавали для организации торгового рейса обычно два купца, один из которых давал лишь небольшую часть денег на покрытие расходов, но зато лично сам отправлялся в многомесячное и нелегкое плавание. Второй же давал основную часть денег, но оставался на берегу, в безопасности.

Положительный опыт «морских» товариществ дал толчок развитию аналогичных «фирм» и в сельских районах, где объединялись обычно члены одной семьи, делившие поровну все: труд, капитал, риск и хлеб, добытый общими трудами. Именно такие семейные сообщества и получили название «компания», которое произошло от двух итальянских слов — «кум», что значит «вместе», и «панис», что значит «хлеб».

Иными словами, «компания» в буквальном смысле — это «сообщество вместе преломляющих хлеб».

Некоторые компании пошли дальше — ради привлечения дополнительных денег и высококвалифицированных работников они стали принимать в свои члены и чужаков. Такие компании стали развиваться особенно быстро. Одна из них — компания Барди — одно время удерживала в своих сетях почти весь христианский мир.

Надо сказать, что компании, вышедшие из семейного уклада и сохранявшие его принципы, даже после прихода чужаков оказались весьма жизнеспособной и устойчивой формой предпринимательства. В экономическую историю, например, навсегда вошло «Великое общество» — объединение трех семейных товариществ из небольшого швабского городка Равенсбурга. «Великое общество» существовало полтора столетия (с 1380 по 1530 г.), торгуя пряностями, холстами и сукном, и имело свои филиалы по всей Европе.

Но пришел XVI век, и семейные компании начали постепенно исчезать с арены экономики, вытесняемые коммандитными товариществами, которые сулили владельцам денег более спокойную жизнь. Ведь уже тогда в учредительных документах таких компаний обычной стала запись: «Коммандитис (компаньон) ни в коем случае и ни под каким предлогом не может считаться ответственным за долги и обязательства товарищества сверх тех средств, кои он в него вложит».

Наибольших успехов в поисках наиболее рациональной и безопасной формы достигли итальянские купцы. Они еще в XIV в. начали делить торговые корабли, плававшие по Средиземному морю, на продаваемые доли.

Впоследствии тот же способ привлечения денег стали использовать в горной промышленности, деля на доли медные и серебряные рудники. А во французском городе Тулузе на доли делили мельницы — весьма важные в то время предприятия. И обладатель доли мельницы мог продать эту долю, подобно дому или участку земли, любому, кто бы этого пожелал.

Некоторые историки находят корни акционерной формы даже в более глубокой древности — в ассоциациях «маоне», возникших в Генуэзской республике еще в XIII в. Однако официальной датой рождения акционерных обществ считается 1695 год, когда был зафиксирован первый случай продажи доли участия в делах зеркальной мануфактуры, оформленной в виде ценной бумаги — акции.

Особенно быстро акционерная форма предпринимательства развивалась в Англии, где ее подхватили объединения «купцов-авантюристов», занимавшихся торговлей сукном, шелком и бархатом. Эти вполне солидные купцы занимались рискованной («авантюрной») торговлей на основе морских перевозок.

При столь вызывающем названии объединения «купцов-авантюристов» жили на основе строгого кодекса. Он повелевал купцам именовать друг друга «братьями», а их женам обращаться друг к другу «сестры». «Братья» и «сестры» должны были все вместе являться на церковные службы и похороны. Им запрещалось дурно себя вести, употреблять бранные слова, напиваться допьяна и выставять себя на всеобщее обозрение в невыгодном свете. Категорически запрещались споры, оскорбления и дуэли. Причина тому проста — хорошая репутация вызывала доверие и потому позволяла лучше вести дела.

При таком тесном сотрудничестве и единых принципах ведения дел «купцам-авантюристам» удалось легко освоить акционерный механизм соединения средств, и они его внедрили очень быстро. От них эстафету приняли деловые люди и других стран.

Основные выводы

1. Коммерческая деятельность осуществляется фирмами. Фирмы позволяют более рационально соединять производственные ресурсы для изготовления нужных людям благ. Фирма имеет право на существование лишь в том случае, если она производит добавленную стоимость, т. е. если ее товары ценятся покупателями выше, чем стоимость затраченных на их изготовление покупных ресурсов.

2. Хозяйственные (коммерческие) организации могут создаваться в различных формах. Эти формы в России определяются Гражданским

кодексом и включают: хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы и государственные (муниципальные) предприятия. Разница между видами коммерческих организаций состоит в возможном круге их участников, а также в правах и обязанностях этих участников.

3. Наиболее сложной и обладающей наибольшими возможностями привлечения средств формой коммерческой организации является акционерное общество. Оно позволяет стать совладельцами фирм людям даже с небольшими доходами и собирать огромные денежные средства, без которых не удалось бы создать многие отрасли современной экономики.

Контрольные вопросы

1. Что такое фирма и каковы ее признаки?
2. Можно ли считать директора государственного предприятия предпринимателем?
3. Почему в командной системе могут существовать планово-убыточные предприятия?
4. Что такое товарищество и чем оно отличается от индивидуальной фирмы?
5. Если выручка от продаж у вас 3 млн руб., затраты на производство 2,1 млн руб., а налог на прибыль составляет 30%, то какую чистую прибыль вы получите?
6. Что такое субсидиарная ответственность?
7. Зачем были придуманы акционерные общества?
8. Если вы не хотите сами заниматься коммерческой деятельностью, то в фирму какого типа вам лучше вложить деньги?
9. Зачем государственные предприятия России преобразовывались в акционерные общества при их приватизации?

Вопросы для обсуждения

1. В годы советской власти слово «предприимчивый» приобрело в русском языке слегка недоброжелательный оттенок («Уж больно ты у нас предприимчивый»...). С чем это могло быть связано?
2. В законодательстве фирму обычно называют «юридическим лицом». Что означает этот термин?
3. В США большая часть товариществ создана в форме обществ с неограниченной ответственностью. В России около 80% товариществ имеют форму общества с ограниченной ответственностью. Почему так произошло и хорошо ли это для нашей страны?

ГЛАВА 6.

ФИРМА НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ

Экономическая конкуренция — это не война,
а соперничество в интересах друг друга.

Эвин Каннан

В советских газетах постоянно писали о том, что предприятия должны выполнять и перевыполнять планы по производству. С той же частотой в нынешних российских газетах пишут о том, что наши предприятия должны уметь конкурировать на рынках, а иначе они пропадут. На чем основаны такие прогнозы? Почему конкуренция играет такую роль в жизни фирм? Почему некоторые из фирм процветают, а другие закрываются, увольняя персонал? Чтобы найти ответы на эти вопросы, мы должны проанализировать среду, в которой протекает жизнь фирм. Эта среда называется конкуренцией.

§ 2 1 . Экономическая эффективность фирм

Чтобы получить любое благо, надо соединить различные виды производственных ресурсов:

- в нужном объеме;
- в нужном месте;
- в нужный момент времени;
- в едином технологическом процессе.

Иными словами, производство благ требует усилий по координации. Такая координация может осуществляться тремя способами:

- 1) с помощью рынка, где каждый человек действует в одиночку;
- 2) с помощью фирмы, которая объединяет усилия многих людей;
- 3) с помощью государственного плана, который объединяет усилия всех граждан страны.

Мы уже знаем, что последний вариант в реальности оказался наименее удачным и человечество для координации усилий при производстве благ чаще всего выбирает либо рынок, либо фирму.

В мире экономики основой выбора всегда является рациональность, т. е. стремление получить при имеющихся ресурсах наиболее предпочтительный результат. Если этот результат четко задан, то рационально будет получить его с наименьшими возможными затратами. Поэтому

общество будет обращаться к услугам фирм лишь в том случае, если это позволит производить блага с затратами меньшими, чем возможны на рынке, где все продавцы и покупатели действуют поодиночке.

Это достигается, как правило, лишь в том случае, если фирма обеспечивает:

- 1) снижение транзакционных (организационно-договорных) затрат;
- 2) получение выгод от разделения труда на основе его кооперации;
- 3) получение выгод за счет укрупнения масштабов деятельности (рис. 6.1).

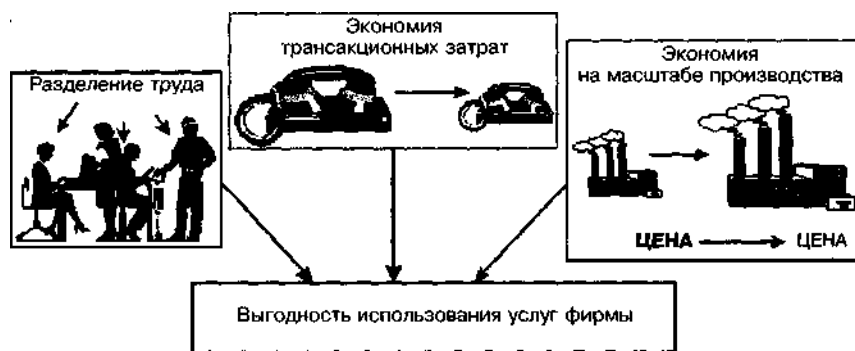


Рис. 6.1. Факторы, определяющие предпочтительность использования услуг фирмы, а не рынка

Снижение транзакционных (организационно-договорных) затрат. Сведение воедино всех необходимых ресурсов требует немалых организационно-договорных усилий и затрат на них. Такие затраты принято называть **транзакционными** (от англ. *transaction* — «делка»).

Транзакционные (организационно-договорные) затраты — затраты времени, усилий и денег на поиск поставщика ресурсов или услуг, заключение с ним соглашения о ценах и других условиях сделки, контроль за тем, чтобы она была выполнена.

Представим себе, например, что вам надо построить дом на садовом участке. Сделать это можно двумя способами:

- 1) возвести дом самостоятельно;
- 2) заказать возведение дома строительной фирме.

В первом случае вы пользуетесь услугами только рынка как такового и вынуждены действовать совершенно самостоятельно. Вам придется обзвонить магазины, чтобы выяснить, где есть необходимые материалы и инструменты, съездить и купить их, договориться о доставке купленного на участок, найти автокран, чтобы уложить фундаментные блоки, нанять мастеров, чтобы сделать те работы, которые вам не по силам, и т. д.

Во втором случае вы просто заключаете договор с фирмой, оплачиваете стоимость работ и приезжаете принимать готовый дом. Следовательно, вместо рынка вашу проблему решает фирма.

По существу, чтобы выполнить ваш заказ, фирма должна сделать все то же, что нужно было сделать вам самим: закупить материалы, обеспечить их доставку, найти строителей, организовать их работу и т. д. Но в отличие от вас фирма может сделать это более эффективно.

Скажем, она может заключить всего один договор с кирпичным заводом и закупить кирпич для возведения фундаментов или стен не одного вашего, а нескольких десятков аналогичных домов. Точно так же фирма может более рационально решить и другие проблемы организации производства товаров (например, не обзванивать рабочих-строителей каждый раз, как в них возникнет нужда, а просто заключить с ними постоянный контракт о найме на работу).

И если ей это действительно удастся, то ее коммерческая деятельность (в данном случае связанная со строительством дома) будет сопряжена с экономией усилий, времени и денежных расходов на организационно-договорную деятельность по сравнению с вариантом, когда вы все организовывали сами с помощью рынка. Иными словами, если строительной фирмой управляют квалифицированные менеджеры, то у нее транзакционные затраты окажутся ниже, чем у вас.

Тогда возникнет первая предпосылка к тому, чтобы цена, запрошенная фирмой за строительство дома, была ниже той суммы, в которую вам обошлось бы возведение дома самостоятельно (с учетом и стоимости времени, потраченного на организационные хлопоты). А это и есть то условие, при котором вы (равно как и другие клиенты) признаете деятельность данной фирмы рациональной для общества и будете готовы оплатить ее услуги.

Получение выгод от разделения труда на основе его кооперации. О значении разделения труда мы уже говорили. Отметим здесь лишь то, что наиболее полно возможности этого инструмента повышения производительности труда могут быть реализованы в рамках достаточно крупного производства, т. е. внутри фирмы.

Получение выгод за счет укрупнения масштабов деятельности. По мере роста масштабов производства средние затраты на изготовление единицы товара снижаются. Это происходит потому, что общие затраты на ведение бизнеса (постоянные издержки) распределяются на все большее число изготовленных товаров и на каждую единицу соответственно приходится все меньшая их сумма, что и ведет к снижению в итоге всей суммы издержек производства единицы товара. Правда, этот процесс не бесконечен и в конце концов может быть прерван необходимостью покупки новых зданий, сооружений и оборудования, что может вызвать рост маржинальных, а значит, и средних издержек. Но в определенных границах рост объемов (масштабов) производства повышает конкурентоспособность товаров фирмы, так как снижающиеся издержки позволяют продавать товары дешевле, чем у конкурентов. А поскольку возможностей наращивания этих масштабов у фирмы куда больше, чем у одиночки, фирмы обладают большими средствами извлечь все выгоды, которые (до определенной границы) приносит увеличение масштабов производства, т. е. могут полноценно использовать **эффект масштаба**.

Эффект масштаба — ситуация, когда фирма имеет возможность увеличивать объем выпуска своей продукции в большей мере, чем возрастают объемы всех видов используемых ею ресурсов (например, выпуск растет при той же площади цехов).

Таким образом, как экономическая организация фирма имеет возможность решать задачи производства благ более рационально, чем неорганизованный рынок, где каждый индивидуум действует сам по себе. Следовательно, по сравнению с таким рынком фирмы потенциально могут достигнуть более высокого уровня экономической эффективности.

Чтобы понять, что такое экономическая эффективность, вернемся к процессу производства товаров и познакомимся вначале с понятием **технологической эффективности**.

Технологическая эффективность — уровень организации производства, при котором из имеющихся ресурсов производится максимально возможное количество готовой продукции.

Чем ближе фирма к уровню технологической эффективности, тем полнее используются ею все виды ограниченных ресурсов, а значит, ниже нормы расхода этих ресурсов на изготовление единицы продукции. И соответственно, если фирма направляет в отходы те ресурсы, которые при данном уровне развития техники можно было превратить в полезную продукцию, то производственный процесс в этой фирме неэффективен.

Например, Россия обладает прекрасным сырьем для производства фосфорных удобрений — апатитовыми рудами, которые добываются на Кольском полуострове. Эти руды — комплексные, содержащие, кроме апатита, нефелин, из которого можно производить алюминий. В них также имеются и другие ценнейшие компоненты — стронций и редкоземельные элементы, а также сырье для производства высококачественного цемента, фарфора и красителей. Еще в 30-е годы под руководством академика Ферсмана в нашей стране была создана технология извлечения из апатитонефелиновых руд всех этих богатств природы. Тем не менее и сегодня из этих руд извлекается лишь 15% нефелинового сырья. А 2,5 млн т сырья для алюминиевой промышленности (вместе с другими неиспользованными богатствами недр) ежегодно выбрасывается в отвалы, загрязняя природу. Именно такая ситуация говорит о технологической неэффективности производства в АО «Апатит», которое добывает эти руды.

Каждый из способов производства может быть доведен до уровня технологической эффективности — это зависит только от квалификации инженерного персонала фирмы и наличия у нее денежных средств для покупки новейшего оборудования. Но какой из способов для фирмы предпочтительнее?

Если проанализировать способы производства с позиций экономической науки, мы сразу обратим внимание на то, что затраты на изготовление одних и тех же товаров могут существенно колебаться из-за различий:

- 1) в *технических способах* преобразования исходных ресурсов в конечный продукт;
- 2) в *пропорциях использования различных видов ресурсов* при изготовлении одного и того же продукта (например, возможны различные сочетания труда и оборудования, сырья и энергии и т. д.).

Выбирать следует ту технологию, которая позволяет получать нужный результат с минимальными затратами, т. е. обладает наибольшей экономической эффективностью.

Экономическая эффективность — способ организации производства, при котором затраты на производство определенного количества продукции минимальны.

На первый взгляд проблемы технической и экономической эффективности относятся к сфере сугубо внутренних дел коммерческих фирм. Более того, можно предположить, что фирмы всегда стремятся к повышению экономической эффективности своей деятельности ради получения максимальной прибыли и привлечения покупателей выгодным соотношением цены и качества своих товаров.

Но на самом деле оба эти предположения справедливы далеко не всегда. И определяется это как раз тем, в какой конкурентной среде действуют фирмы.

Посчитаем — подумаем

Представим себе, что нам надо выбрать наиболее экономически эффективный способ производства деталей мебели.

Технологически это можно делать тремя разными способами:

- 1) изготавливать детали вручную с помощью механических инструментов (пилы, стамесок, рубанка);
- 2) изготавливать детали вручную с использованием электрических инструментов (электропилы, электролобзика, электрорубанка);
- 3) вырезать детали с помощью компьютеризованного оборудования, требующего не применения ручного труда, а лишь контроля со стороны оператора.

Соответственно каждый из этих способов нуждается (применительно к наиболее технологически эффективному уровню своего использования) в различных затратах производственных ресурсов. Данные о том, каких затрат потребует при каждом технологическом способе производство 10 одинаковых деталей мебели, приведены в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Затраты на производство деталей мебели при различных технологиях

(ед.)

Способ производства	Затраты труда	Затраты электро-энергии	Затраты производ-ственного оборудо-вания	Всего затраты на произ-водство 10 деталей	Затраты на производ-ство одной детали
Полностью ручной	70	10	2	82	8,2
С использованием электроинструмента	20	30	10	60	6,0
На основе компьютерного оборудования	15	20	40	75	7,5

Как хорошо видно на рис. 6.2, все три способа существенно различаются: и по структуре затрат на производство, и по общей сумме этих затрат.



Рис. 6.2. Сравнение стоимости производства при различных технологиях

По сумме затрат наиболее предпочтительной оказывается технология, основанная на использовании ручных электроинструментов. В расчете на единицу продукции затраты здесь ниже по сравнению с использованием:

- механического оборудования — на 27%;
- компьютерного оборудования — на 20%.

Следовательно, технология, основанная на использовании электрических инструментов, в данном случае оказалась экономически наиболее эффективной.

§ 22. Экономическое значение конкуренции

Изучая деятельность фирм, экономическая наука обнаружила, что наиболее последовательно фирмы стремятся к достижению наивысшей экономической эффективности лишь в ситуации совершенной конкуренции.

Каковы условия возникновения такой конкурентной среды и почему именно она более всего подталкивает фирмы к повышению экономической эффективности?

Как видно на рис. 6.3, идеальный «храм» совершенной конкуренции может быть устойчив лишь в том случае, если в его фундаменте присутствуют все необходимые «кирпичики»-условия:

1) *производимые товары примерно одинаковы*, т. е. нет опасности, что потребители в массе своей предпочтут товары одной из фирм из-за их явного превосходства по свойствам или качеству над продукцией других фирм;

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ



Рис. 6.3. Условия возникновения совершенной конкуренции

2) *товары на рынок предлагают многие фирмы, и объемы их поставок не очень различаются.* В этом случае каждая из фирм оказывает достаточно слабое влияние на общее рыночное предложение и не может существенно изменить ситуацию на рынке в свою пользу;

3) *затраты фирм на изготовление товаров различаются не очень существенно* вследствие сходности технологии и цен на приобретаемые для производства ресурсы. Если это условие не соблюдается и одна из фирм имеет существенно более низкие затраты на производство, то она сумеет легко нарушить рыночное равновесие, например предложив товары по более низкой цене (недоступной другим конкурентам) и захватив благодаря этому существенно большую долю рынка, чем конкуренты (нарушится предыдущее условие);

4) *транспортные затраты не играют большой роли в формировании предложения*, т. е. нет опасности, что многие производители окажутся неконкурентоспособными из-за слишком дорогой доставки своих товаров к покупателям (их цены окажутся в итоге выше, чем у конкурентов, предприятия которых находятся ближе к основным рынкам сбыта);

5) *вход на рынок и выход из него не связаны с большими трудностями*. Например, пассажирский авиалайнер не изготовить в домашней мастерской: для этого надо сначала возвести большое и достаточно дорогое предприятие. Следовательно, рынок таких самолетов не может быть рынком совершенной конкуренции (не так много предпринимателей сумеют собрать сумму, достаточную для создания подобного предприятия, и войти в рынок). Значит, нарушится второе из перечисленных выше условий;

6) *продавцы и покупатели обладают всей необходимой информацией о поступающих на рынок товарах, их ценах и прибыльности продаж*. При соблюдении этого условия (называемого обычно информационной прозрачностью рынка) продавцы вынуждены продавать товары по цене равновесия и не могут требовать цены выше нее. Причина проста: все покупатели знают о ценах, которые просят за те же товары другие фирмы, и немедленно начнут покупать у них, а не у фирмы, решившей продавать дороже равновесной цены.

Поскольку в реальной жизни обнаружить совпадение всех этих условий возможно лишь в очень редких случаях, то большинство рынков работает в условиях несовершенной конкуренции. Но даже такая форма конкуренции все равно лучше, чем монополия. Конкуренция в большей мере, чем монополия, способствует достижению экономической эффективности на основе рационализации хозяйственной деятельности и использования достижений науки и техники.

Попробуем разобраться в том, почему это именно так и где пролегает граница между совершенной конкуренцией и монополией.

Прежде всего, представим себе, как действует фирма, попавшая на рынок совершенной конкуренции. Пусть это будет некая московская фирма, изготавливающая ксерокопии для заказчиков (назовем ее, скажем, «Суперкопия»). Таких фирм множество, и в целом для них ситуация на рынке складывается вполне традиционно — так, как это показано на рис. 6.4 а.

Как мы видим, здесь взаимодействие рыночного спроса всех клиентов на ксерокопии (D_m — от англ. *market demand*) и рыночного предложения всех фирм (S_m — от англ. *market supply* — «рыночное предложение») приводит, в конце концов, к формированию рыночного равнове-

сия. Ему соответствуют равновесная цена $P\backslash$ и равновесное количество заказываемых ксерокопий $Q\backslash$.

Но это видно только специалисту, который изучает весь рынок копировальных услуг. А в глазах владельца «Суперкопии» ситуация на рынке видится совершенно по-другому — так, как это показано на рис. 6.4 б.

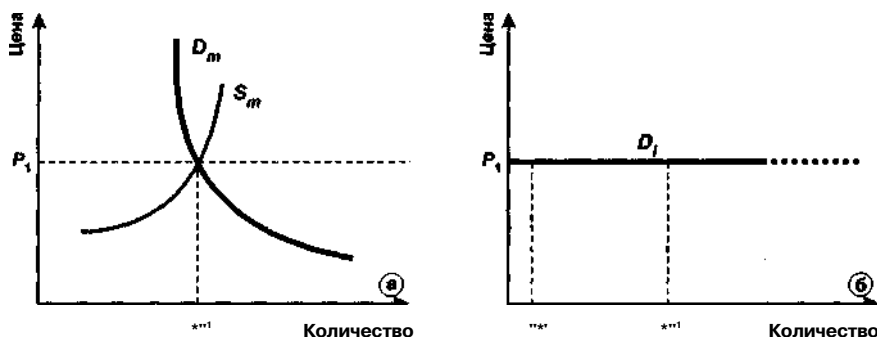


Рис. 6.4 (а, б). Формирование рыночной ситуации для фирмы, действующей в условиях совершенной конкуренции

Ведь его мастерская в силу своих производственных возможностей способна предоставить клиентам лишь малую часть ($Q\backslash$) общего объема ксерокопий ($Q\backslash$), который готовы заказать все жители города при сложившейся на рынке этих услуг равновесной цене ($P\backslash$). Поэтому, с точки зрения хозяина «Суперкопии», спрос на его услуги абсолютно эластичен и как бы бесконечен. Именно в силу этого на рис. 6.4 кривая спроса для индивидуальной фирмы, действующей на рынке совершенной конкуренции (D_i), имеет вид горизонтальной линии, предел которой мелкой фирме неведом.

Обратим внимание на три важных обстоятельства.

Во-первых, владелец «Суперкопии» не может повысить цену на свои услуги выше рыночной. Ему этого никто, конечно, не запрещает. Но поскольку клиенты хорошо знают, «почем сейчас берут за лист», то они просто перестанут обращаться в эту слишком дорогую мастерскую и будут заказывать ксерокопии на соседней улице — в фирме «Копия-люкс».

Во-вторых, владельцу «Суперкопии» нет смысла и понижать цену на свои услуги: ведь он и так изготавливает столько копий, сколько выдерживает его установка. А если ему не хватает клиентов в своем микро-

районе, то он может открыть пункты приема заказов в наиболее посещаемых магазинах или в метро.

В-третьих, владелец «Суперкопии», как бы он ни варьировал объемы своей деятельности, не может повлиять на изменение общего уровня цен на своем рынке: его индивидуальное предложение составляет слишком малую долю общего предложения на рынке.

Поэтому владелец «Суперкопии» с точки зрения экономической науки **совершенный конкурент**.

Совершенный конкурент — фирма, которая вынуждена продавать свои товары по цене, сложившейся на рынке, и не может повлиять на уровень этой цены, изменяя объемы своего предложения.

Точно такого же титула заслуживают и все остальные копировальные мастерские города, образующие в совокупности рынок совершенной конкуренции при оказании копировальных услуг.

Теперь представим себе, что на рынок копировальных услуг вторглась крупная фирма — настолько большая, что объемы ее операций способны изменить общую ситуацию на рынке (т. е. она существенно влияет на формирование общего рыночного предложения).

Эта фирма (назовем ее «Копи-Арт») открыла свои фирменные пункты приема заказов по всему городу и предложила клиентам существенно более низкую цену. Что при этом произойдет на рынке, хорошо видно на рис. 6.5 *а, б*.

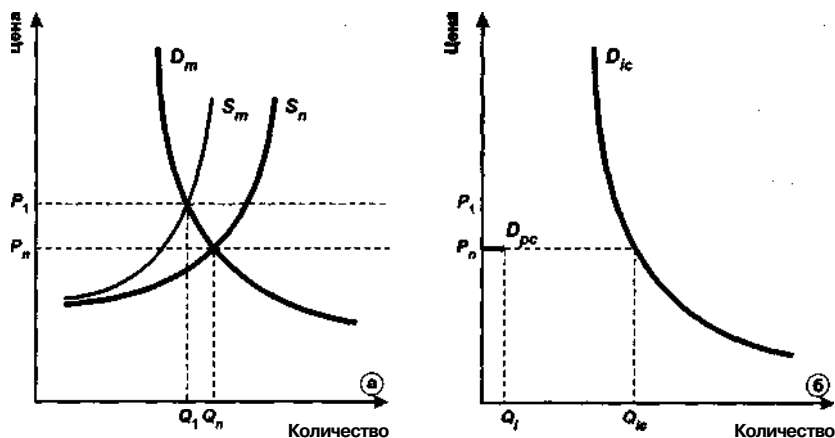


Рис. 6.5. Изменение ситуации на рынке после появления на нем фирмы, разрушившей совершенную конкуренцию

Как мы видим, появление «Копи-Арт» первым делом привело к изменению вида кривой рыночного предложения: с положения S_m она сместилась вниз-вправо до положения $S_{m'}$. В результате этого на рынке сложилась новая равновесная ситуация: равновесное количество услуг возросло с Q до $Q_{m'}$, а равновесная цена снизилась с P до $P_{m'}$.

И это сразу же скажется на положении нашего старого знакомого — владельца «Суперкопии».

Во-первых, чтобы удержать своих клиентов, ему придется тоже снизить цену на свои услуги до уровня $P_{m'}$. Во-вторых, он может столкнуться с ограничением спроса на свои услуги, если часть его заказов будет перехвачена новым лидером рынка.

В итоге на рынке копировальных услуг начнут действовать два типа фирм. И различаться они будут не просто масштабами деятельности. Куда важнее то, что они будут иметь дело с совершенно различными кривыми спроса.

Как видно на рис. 6.5 б, кривая спроса D_{pc} (от англ. *perfect competitor's demand*) фирмы — совершенного конкурента (т. е. для «Суперкопии») сохранит свою форму. А вот несовершенный конкурент — гигант рынка фирма «Копи-Арт» — столкнется с тем, что спрос для него носит обычный рыночный характер (ему на рис. 6.5 б соответствует кривая D_{ic} — от англ. *imperfect competitor's demand*). Это означает, что продать больший объем услуг (чем сложился при равновесной цене $P_{m'}$, т. е. $Q_{m'}$) «Копи-Арт» сможет только при снижении цены. Но, с другой стороны, сокращая объем предложения, можно вызвать на рынке дефицит и добиться повышения цены (подробнее такой вариант развития событий мы обсудим ниже).

Несовершенный конкурент — фирма, на долю которой приходится столь большая доля общего рыночного предложения, что, изменяя свои объемы продаж, она способна вызывать изменения равновесной цены на этом рынке.

Несовершенный конкурент — именно то зерно, из которого может вырасти монополист.

Монополист — фирма, которая является единственным продавцом на рынке и потому выбирает объем производства и цену продаж на основе кривой рыночного спроса.

Как мы уже знаем, в реальной жизни ситуации чистой (совершенной) монополии встречаются редко. Чаще мы имеем дело с различными видами менее полной монополизации рынков — монопольной конкуренцией, или олигополией. Но какова бы ни была реальная форма

монополизации рынка, важно то, что ее следствием обычно становится ухудшение условий для покупателей. Почему это так, мы разберем ниже.

Экономика в лицах

Акио МОРИТА — певец конкуренции

Один из наиболее выдающихся предпринимателей XX в. — японец Акио Морита, один из основателей и многие десятилетия глава знаменитой компании Sony. Его исключительные организаторские способности и техническая гениальность его компаньона Масару Ибуки позволили превратить крошечную мастерскую по переделке радиоприемников, созданную в 1946 г. в разоренной войной Японии, в одну из крупнейших фирм мира. Причем преуспела эта фирма, занявшись труднейшим делом — созданием и внедрением на рынок принципиально новых товаров.

Именно Sony первой начала массовое производство транзисторных приемников и создала первый в мире домашний видеомаягнитофон. Привычный ныне плеер с наушниками — тоже детище Sony, так же как и компакт-диски для лазерных проигрывателей. Именно Sony начала и внедрение телевидения высокой четкости (ТВЧ), позволяющего получать телеизображение, не уступающее по качеству изображению на киноэкране. Авторитет Акио Морита в мире экономики бесспорен, и потому любопытно послушать, что он говорил о конкуренции: *«И слава, и карающий меч японского бизнеса, горячее двигателя нашей промышленности — это добрая старая конкуренция. У нас свободная экономическая система, в которой каждый может основать любую компанию, разрешенную законом, поэтому если какой-нибудь товар будет пользоваться успехом, на него сразу накинется множество людей и будут из всех сил бороться друг с другом за производство этого товара»*.

Несколько лет назад компания «Ямаха» решила, что наступил подходящий момент бросить вызов «Хонде» и увеличить свою долю на японском рынке мотоциклов и мотороллеров. «Хонда» обладала тогда явными преимуществами, но она делала большие капиталовложения в новый завод по сборке автомобилей в США, и тогда «Ямаха» выпустила серию новых моделей и начала активную рекламную кампанию.

Руководство «Хонды», несмотря на тяжелое финансовое положение, отреагировало немедленно, оно нанесло ответный удар, начав выпускать каждую неделю в течение целого года по новой модели. «Ямаха» не смогла за ней угнаться, и в конце концов часть руководителей «Ямахи» подали в отставку».

Акио Морита считал конкуренцию настолько важной, что даже... помогал своим конкурентам!

Вот что он рассказывал, например, о выводе на рынок такого товара, как видеоманитофоны: *«Когда мы начинали производить в Японии магнитофоны, у нас в руках были все важнейшие патенты и нам принадлежало сто процентов рынка. Но если бы такая монополия сохранилась, это могло погубить нас.*

Мы начали продавать лицензии, и вскоре у нас осталось только тридцать процентов рынка, но это уже был значительно разросшийся рынок. Мы не испытываем радости от того, что ни один американский промышленник не производит видеоманитофоны... потому что при наличии конкуренции мы могли бы расширить рынок и ускорить развитие новых моделей. Когда нет конкуренции, меньше стимулов для нововведений».

Основные выводы

1. Задачу получения необходимых благ человек может решать либо сам, собирая все необходимые для их изготовления ресурсы с помощью рынка, либо с помощью фирм, специализирующихся на производстве таких благ. Использование фирмы вместо рынка становится предпочтительным лишь в том случае, если фирма работает эффективнее, чем рынок, т. е. позволяет получать блага с меньшими затратами. Большая эффективность фирм может быть достигнута за счет экономии транзакционных затрат, повышения производительности труда на основе его разделения, а также снижения средних затрат при укрупнении масштабов производства.

2. Наиболее безошибочно механизмы рынка работают, а фирмы стремятся к максимальной эффективности только в условиях совершенной конкуренции. Под совершенной конкуренцией понимают ситуацию на рынке, когда ни одна из фирм не в силах в одиночку изменить условия формирования рыночного равновесия. Ситуация совершенной конкуренции может сложиться лишь при соблюдении определенных условий, основной смысл которых состоит в исключении неравенства экономических возможностей различных участников рынка. Если ликвидировать такое неравенство не удастся, то на смену совершенной конкуренции приходит несовершенная конкуренция, нередко рождающая различные типы монополизации рынка.

Контрольные вопросы

1. Почему услуги фирм оказываются выгоднее, чем самостоятельное производство благ?
2. Чем техническая эффективность отличается от экономической?

3. Какой из способов производства, охарактеризованных в табл. 6.1, будет наиболее экономически эффективным, если заработная плата повысится в 2 раза, а цена электроэнергии — в 2,5 раза?

4. Какие условия необходимы для возникновения на рынке ситуации совершенной конкуренции?

5. Какое влияние на конкурентную ситуацию на рынках аудиотехники оказывают издаваемые сейчас в крупных городах России обзоры рынка с указанием фирм, торгующих такой техникой, и цен, которые они за нее просят?

6. Какие фирмы вашего города ближе к ситуации совершенной конкуренции, а какие — монополисты или близки к этому положению?

Вопросы для обсуждения

1. Создание фирм ведет к снижению транзакционных затрат по сравнению с деятельностью на рынке индивидуумов. Но почему тогда крупные международные фирмы предпочитают дробить себя на мелкие самостоятельные филиалы?

2. Возможно ли на многих российских рынках возникновение ситуации совершенной конкуренции?

3. За 1992—1994 гг. стоимость железнодорожных перевозок грузов в России возросла по сравнению с 1991 г. в 3505,8 раза, тогда как цены на промышленную продукцию — в 1035,045 раза, а на продукцию сельского хозяйства — в 242,172 раза. Какое влияние это оказало на конкурентную ситуацию на внутрироссийских рынках?

ГЛАВА 7.

ИЗДЕРЖКИ И ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Люди должны получать прибыль пропорционально
своим затратам и риску.

Дэвид Юм

Многие хозяйственные организации называются фирмами, но далеко не каждая фирма получает от своей деятельности прибыль. Более того, в российских газетах в последние годы можно часто найти объявление типа «Услуги по ликвидации фирм». Но почему одни фирмы процветают и их сотрудники получают высокую зарплату, а хозяева разъезжают в роскошных автомобилях, в то время как другие прогорают и их владельцы вынуждены тратить деньги и силы на проведение процедуры ликвидации своих фирм?

§ 23. Виды прибыли

Деятельность фирмы имеет смысл для ее владельцев лишь в случае получения ими дохода в форме прибыли. А прибыль — это превышение выручки от продажи товара над суммарными издержками (затратами ресурсов) на его изготовление и организацию продажи.

Однако это определение еще недостаточно конкретно, поскольку величина таких **общих издержек** может быть рассчитана по-разному.

Общие издержки — расходы на приобретение всего объема ресурсов, который фирма использовала для организации производства определенного объема продукции.

Это связано с тем, что любая фирма при осуществлении своей деятельности пользуется ресурсами двух видов:

- внешними;
- внутренними.

Внешние ресурсы — это все то, что фирма покупает у других коммерческих организаций или граждан. К этой категории относятся: материалы, детали, энергия, рабочая сила и т. д. Они расходуются для произ-

водства определенного объема продукции, а для изготовления следующей партии их надо приобретать вновь. Например, заработная плата рассчитывается за месяц, и ею оплачивается тот объем продукции или услуг, который наемный работник изготовил за это время. Наступает новый месяц, и за трудовые услуги надо платить опять.

Внутренние ресурсы — это все то, что принадлежит самой фирме и используется ею для организации своей деятельности. Важнейшие из таких ресурсов — помещения, оборудование, земля, денежные средства владельца фирмы, использованные для ее создания. Эти ресурсы не надо ни у кого покупать (в отличие, скажем, от рабочей силы, собственником которой всегда остается наемный работник, даже если он подписал трудовой контракт с фирмой). Но от этого внутренние ресурсы не становятся бесплатными (даровыми).

Все они остаются ограниченными и потому имеют свою ценность. Эта ценность равна цене выбора, сделанного в пользу направления таких ресурсов на деятельность данной фирмы.

Для примера рассмотрим такие внутренние ресурсы, как собственные денежные средства и предпринимательские услуги владельца фирмы.

На первый взгляд они бесплатны: ведь их не надо ни у кого покупать. Однако свои денежные сбережения и силы, вложенные в деятельность фирмы, ее владелец мог бы направить на иные цели и на этом что-то заработать. Например, деньги положить в банк, а свои способности продать за заработную плату, нанявшись на работу в другую фирму.

Но он отдал (вложил) эти ресурсы в свою фирму. Естественно, что такой шаг будет экономически рациональным лишь в том случае, если деятельность фирмы принесет ее владельцу доход, по крайней мере, не меньший, чем он получил бы при ином использовании своего предпринимательского таланта и сбережений. Иными словами, этот доход должен быть, по крайней мере, не ниже альтернативных издержек.

Такой доход принято называть нормальной прибылью, и он составляет тот минимум, который предприниматель должен получить, чтобы:

- возместить вложенные в дело средства и усилия;
- сохранить заинтересованность в дальнейшем занятии делами фирмы;
- вкладывать и дальше в развитие фирмы суммы, достаточные для сохранения конкурентоспособности ее товаров или услуг.

Если предприниматель не получает нормальной прибыли (т. е. его личный доход меньше альтернативных издержек), то, скорее всего, он либо сам бросит свое занятие и станет наемным работником, либо фирма в конце концов захиреет и будет вытеснена с рынка конкурентами.

Все это справедливо и для иных видов внутренних (собственных) ресурсов фирмы. Например, здание, которое принадлежит фирме и используется для ее деятельности, можно было сдать в аренду кому-то другому и получить за это арендную плату. Значит, доход от использования здания на собственные нужды желательно получить в размере, не меньшем возможной арендной платы.

Все эти неполученные доходы от альтернативного использования (цены выбора) внешних ресурсов сокращают прибыль фирмы точно так же, как и ее реальные издержки на внешние (покупные) ресурсы." Это означает, что все внутренние ресурсы тоже имеют для фирмы ценность, и потому общая величина ее издержек складывается из:

- внешних (явных) издержек и
- внутренних (неявных) издержек (рис. 7.1).



Рис. 7.1. Основные виды издержек (затрат), осуществляемые фирмами

Иными словами, с точки зрения экономической науки общие издержки фирмы включают в себя расходы на приобретение ресурсов всех видов, которые фирма собрала воедино и использовала для организации производства, включая и собственность самой фирмы, и предпринимательские способности ее владельца.

Понимаемые таким образом общие издержки называются **экономическими издержками**.

Экономические издержки — общие издержки фирмы на производство товаров или услуг в течение некоторого периода времени, определенные с учетом внутренних (неявных) затрат.

Прилагательное «экономические» в этом определении связано с различием во взглядах на издержки между экономистами и бухгалтерами, а также налоговыми службами государства.

Ни бухгалтеры, ни налоговые службы не учитывают в составе затрат фирмы ее внутренние (неявные) издержки. Для них реальны только те издержки, которые были действительно осуществлены. Нормальная прибыль собственника, по мнению бухгалтеров и налоговых инспекторов, является доходом, а доход подлежит обложению налогом. Таким образом, ни нормальная прибыль собственника, ни прочие неявные издержки бухгалтерами и сотрудниками налоговых служб в качестве затрат не признаются, а говоря о затратах фирмы, они имеют в виду только реально осуществленные и отраженные в бухгалтерских документах, а потому именуемые бухгалтерскими издержками.

Бухгалтерские издержки — общая сумма внешних (явных) затрат фирмы на производство товаров или услуг в течение определенного периода времени.

Но если существуют две различные трактовки общей суммы затрат фирмы, то неизбежно возникают и два различных взгляда на величину прибыли как разницы между выручкой от продаж и величиной затрат.

Иными словами, если мы вычитаем из выручки от продаж экономические издержки, то полученная величина должна называться экономической прибылью. Если же мы вычтем из выручки от продаж только бухгалтерские издержки, то результат окажется бухгалтерской прибылью.

Если записать это в виде уравнений, то получим:

$$\begin{array}{ccccccc} \text{Экономическая} & \text{Выручка} & \text{Внешние} & \text{Внутренние} \\ \text{прибыль фирмы} & \sim & \text{от продаж} & \text{издержки} & \text{издержки} & \cdot \end{array}$$

Теперь мы можем представить различие точек зрения бухгалтеров и экономистов на структуру выручки фирмы от продажи товаров так, как это показано на рис. 7.2.



Рис. 7.2. Различие в бухгалтерской и экономической трактовке издержек (затрат) и прибыли фирмы

Опираясь на различное понимание прибыли экономистами и бухгалтерами, мы можем прийти к различным выводам относительно положения дел в фирме и перспектив ее развития. А это проблемы, немаловажные для любого владельца фирмы или ее управляющего.

Наличие у фирмы бухгалтерской прибыли еще не говорит о том, что у нее есть шансы на успешное развитие в будущем.

Ведь эта прибыль может быть равна или даже меньше нормальной прибыли предпринимателя. И если он возьмет эту нормальную прибыль для личных нужд, то у фирмы не останется собственных денежных средств для развития. А значит, перспективы развития станут весьма сомнительными — они теперь будут зависеть только от возможности взять деньги в долг.

Если фирма имеет экономическую прибыль, то это уже серьезный признак ее благополучия и перспективности. Ведь это значит, что она работает настолько хорошо, что прибыли хватает и на удовлетворение требований собственника, и на покрытие расходов на дальнейшее развитие в размерах больших, чем у фирм, имеющих только нормальную прибыль. А чем больше средств вкладывается в развитие фирмы и чем рациональнее они расходуются, тем больше ее шансы победить конкурентов в рекламе, маркетинге, освоении новых товаров или повышении качества уже выпускаемых изделий.

Поскольку существование и развитие фирмы зависят от получаемой прибыли, первой задачей владельца или нанятых им управляющих является получение максимальной суммы прибыли.

Добиться этого можно либо путем сокращения издержек (затрат), либо за счет увеличения выручки от продаж. Ясно, что чем ниже издержки, тем — даже при той же самой цене — выше прибыль фирмы. Поэтому в нормальных экономических условиях фирмы должны стремиться к снижению издержек и добиваться этого. Именно ради этого они:

- 1) совершенствуют технологию и организацию своей производственно-коммерческой деятельности;
- 2) проводят режим жесткой экономии;
- 3) придумывают самые действенные методы поощрения работников к повышению производительности их труда.

Чтобы лучше понять, как именно фирмы управляют затратами и какие экономические закономерности им при этом приходится учитывать, стоит разобраться в том, какие у фирм бывают издержки.

Посчитаем — подумаем

Предположим, что сотрудник московского банка, получавший в месяц 2 тыс. долл., решил уйти и открыть собственное дело: организовать у себя в садовом домике мини-пекарню, так как все равно он в этом домике не жил, а сдавал его на лето знакомым за 1 тыс. долл.

В создание мини-пекарни бывший банкир вложил свои сбережения в сумме 10 тыс. долл.

После первого года деятельности бухгалтер фирмы представил владельцу следующий отчет о результатах производственно-коммерческих операций (с учетом уплаты налогов):

Выручка от продаж — 155 тыс. долл.

Издержки — 130 тыс. долл.

Прибыль — 25 тыс. долл.

Но банкир, будучи человеком экономически грамотным, не удовлетворился радостным сообщением о получении фирмой бухгалтерской прибыли в размере 25 тыс. долл. и сел считать.

Его заинтересовало, во что обошлась деятельность фирмы ему самому. Для этого он рассчитал внутренние (неявные) издержки своей фирмы. Эта величина сложилась у него из:

1) потерянного заработка в банке: 2 тыс. долл. за 12 месяцев = 24 тыс. долл.;

2) потерянных доходов от сдачи домика в аренду: 1 тыс. долл.;

3) потерянных доходов от хранения сбережений в банке (что могло обеспечить ему получение 20% на каждый доллар, помещенный в банк): 2,0 тыс. долл.

Таким образом, внутренние издержки составили: $24 + 1 + 2 = 27$ тыс. долл.

Определив теперь величину экономической прибыли (для чего он вычел из бухгалтерской прибыли общую сумму внутренних затрат), он обнаружил, что, став предпринимателем, не только не увеличил свои доходы, но даже получил на 2 тыс. долл. меньше, чем мог бы, не создай он собственную фирму.

Понятно, что карьера предпринимателя теперь будет привлекать его куда меньше и он всерьез задумается о ликвидации фирмы и возвращении в банк.

§ 24. Виды издержек и их экономическое значение

Наше путешествие по миру издержек фирмы мы начнем с выяснения, как формируются внешние издержки и чем они отличаются от расходов и платежей (эти термины используются в мире бизнеса столь же часто, и расположены они «по соседству» с термином «издержки»).

Представим себе, что фирма решила приобрести станок или вагон металла. Чтобы это сделать, фирме надо осуществить расходы, т. е. потратить на приобретение ресурсов определенную сумму денег — ту, по которой она договорилась такой ресурс приобрести.

Иными словами:

Количество покупаемых	Цена покупаемых
ресурсов	ресурсов производства'

Но подписание договора о приобретении нужного фирме ресурса еще не значит, что она уже на самом деле осуществила расходы. Расход становится для фирмы реальностью только в момент передачи продавцу денег за приобретенный у него вид ресурсов.

Такая реальная передача денег (в форме наличных или безналичных средств) и называется платежом. Заметим, что приобретение ресурсов и платежи за них могут не совпадать во времени. В коммерческой практике дела очень часто ведутся по принципу: «Купи сегодня — заплати завтра!» (так уговорить покупателя сделать покупку оказывается чуть легче).

Но приобретение ресурсов (и даже факт их реальной оплаты, стирающий грань между расходом и платежом) еще не означает, что эти ресурсы реально использованы на нужды фирмы. Они могут, например, попасть на склад, превратившись в **запасы**.

И лишь в тот момент, когда ресурсы действительно станут использоваться (издерживаться, затрачиваться) фирмой для производства товаров или оказания услуг, начинается формирование величины затрат. Таким образом, издержки (затраты) равны произведению цены единицы ресурса на тот объем этих ресурсов, который уже использован для изготовления товаров или осуществления иной деятельности фирмы.

Наше понимание издержек будет неполным, если мы не обратим внимания на то, что издержки фирмы формируются по-разному в зависимости от вида используемых ресурсов.

Сравним, например, издержки, связанные с использованием материалов, и издержки, связанные с использованием производственных помещений.

И материалы, и помещения — ресурсы, без которых фирма не может организовать производство. Но если материалы в процессе изготовления продукции теряют свой внешний вид, превращаясь в готовые изделия (а часть — в отходы), то производственные цеха остаются на месте и после того, как их покинет очередная партия изделий.

Кроме того, чем больше единиц продукции нам надо изготовить, тем больше материалов придется на это потратить. Если на изготовление

автомобиля уходит, скажем, 1,2 т металла, то для изготовления 10 автомобилей потребуется 12 т металла, а 100 автомобилей — 120 т.

Теперь обратим внимание на цех, в котором производятся эти автомобили, и установленное в нем оборудование. Допустим, что они были возведены из расчета на производство 100 автомобилей в сутки. Но если в этом цехе и на этом оборудовании из-за упавшего спроса будет производиться не 100, а, скажем, 90 автомобилей, то от этого не изменятся ни размеры цеха, ни объем установленного в нем оборудования.

Именно подобные различия в масштабах изменения объемов потребления производственных ресурсов при изменении объемов производства заставили экономистов разбить все виды затрат на две категории:

- 1) постоянные издержки;
- 2) переменные издержки.

Постоянные издержки — это те издержки, которые нельзя **изменить** в **краткосрочном** периоде, и потому **они** остаются **одними** и теми же при небольших изменениях объемов производства товаров или услуг.

К постоянным издержкам относятся, например, арендная плата за помещения, издержки, связанные с обслуживанием оборудования, выплаты в погашение ранее полученных ссуд, а также всевозможные административные и иные накладные расходы.

Скажем, построить новое здание цеха в течение месяца невозможно. Поэтому если в следующем месяце фирма планирует выпустить продукции на 5% больше, то это возможно только на существующих производственных площадях и при имеющемся оборудовании. В этом случае прирост выпуска на 5% не приведет к росту затрат на обслуживание оборудования и содержание производственных помещений. Эти издержки останутся постоянными. Изменяются только суммы выплаченной заработной платы, а также затрат на материалы и электроэнергию (переменные издержки).

Переменные издержки — это те издержки, которые **можно изменить** в **краткосрочном** периоде, и потому они растут (сокращаются) **при любом увеличении (уменьшении) объемов производства**.

В эту категорию входят издержки на материалы, энергию, комплектующие изделия, заработную плату.

Разницу в закономерностях изменения затрат и их общую структуру наглядно иллюстрирует рис. 7.3. Сумма постоянных издержек может долго

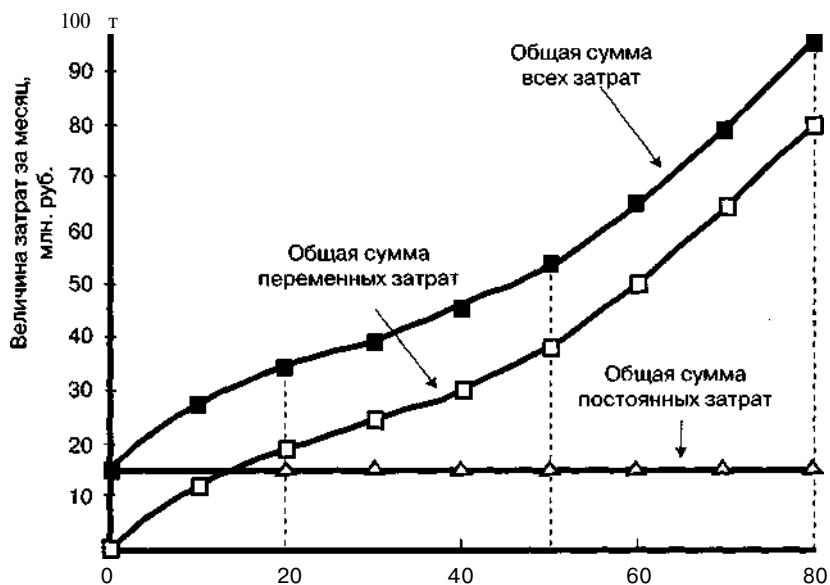


Рис. 7.3. Структура общих издержек и различия в изменении сумм постоянных и переменных издержек при изменении объемов производства

не увеличиваться по мере роста объемов выпускаемой продукции (в нашем случае она равна 15 тыс. руб. при выпуске как 20, так, скажем, и 40 единиц продукции).

А вот общая сумма переменных издержек растет вслед за увеличением объемов выпуска. Если изготовление 20 единиц продукции потребует переменных издержек в 19 тыс. руб., то 40 единиц — 30 тыс. руб.

Соответственно меняются и общие издержки на производство. Если общие издержки на изготовление 20 единиц продукции составят в данной фирме 34 тыс. руб. (15 тыс. руб. постоянных затрат + 19 тыс. руб. переменных затрат), то изготовление 40 единиц потребует затрат в 45 тыс. руб. (15 тыс. руб. постоянных затрат + 30 тыс. руб. переменных затрат).

Такой детальный анализ изменения издержек фирмы необходим потому, что только на его базе можно понять, как фирмы определяют:

- 1) цены, по которым они предлагают свои товары на рынок, и
- 2) объемы производства товаров или услуг.

Дело в том, что решения такого рода принимаются путем изучения закономерностей изменений средних и предельных (маржинальных)

издержек фирмы и их сопоставления с рыночными условиями, в которых фирма ведет свою деятельность.

|| **Запасы** — объем ресурсов производства, который фирма хранит на своих складах до момента, когда они потребуются для производства товаров или услуг.

Посчитаем — подумаем

Предположим, что расход фирмы на закупку партии металла в 10 т составил 200 тыс. руб. Платеж на эту сумму был направлен продавцу. Таким образом, цена 1 т равна 20 тыс. руб. Поступивший на завод металл положили на склад, откуда в течение месяца в производство было выдано 5 т металла. Как нетрудно подсчитать, стоимость выданного в цех металла составила 100 тыс. руб. (20 тыс. руб. \times 5 т). Эти 100 тыс. руб. и явились затратами (издержками) предприятия на металл за месяц. Они вошли в общую величину затрат (издержек) предприятия за месяц.

§ 25. Понятие о средних и маржинальных затратах

Чтобы разобраться в природе средних и маржинальных затрат, посмотрим на рис. 7.4 и для начала попытаемся с его помощью проанализировать изменение **средних затрат**.

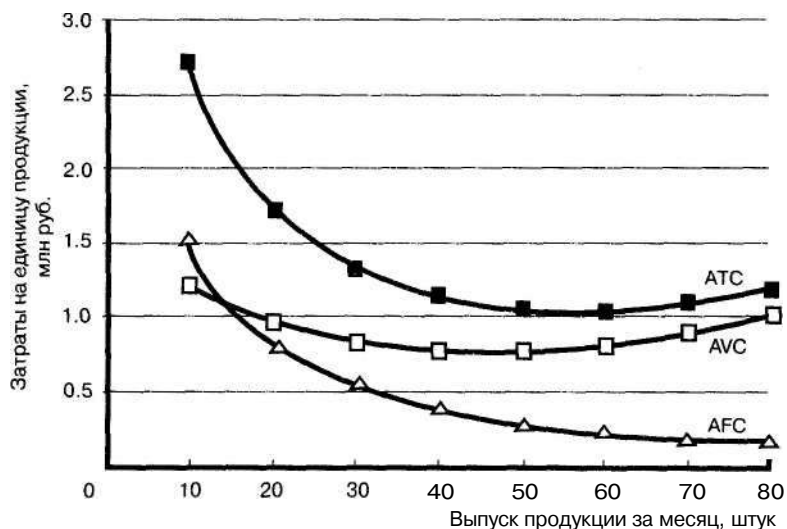


Рис. 7.4. Закономерности изменения средних затрат при увеличении масштабов производства: AFC — средние постоянные затраты (average fixed cost); AVC — средние переменные затраты (average variable cost); ATC — средние общие затраты (average total cost)

Средние издержки — издержки на изготовление единицы продукции, получаемые делением общей суммы затрат за определенный период времени на объем изготовленной за этот период времени продукции.

Данные, использованные для построения графика на рис. 7.4, приведены ниже в табл. 7.1.

Таблица 7.1

Объем выпуска, ед.	Переменные издержки на весь объем выпуска, тыс. руб.	Постоянные издержки, тыс. руб.	Общие издержки на весь объем выпуска, тыс. руб.	Средние переменные издержки на единицу продукции, тыс. руб.	Средние постоянные издержки на единицу продукции, тыс. руб.	Средние общие издержки на единицу продукции, тыс. руб.
A	B	C	D	E	F	G
0	0	15	15	—	—	—
10	12	15	27	1,20	1,50	2,70
20	19	15	34	0,95	0,75	1,70
30	24	15	39	0,80	0,50	1,30
40	30	15	45	0,75	0,38	1,13
50	38	15	53	0,76	0,30	1,06
60	50	15	65	0,83	0,25	1,08
70	64	15	79	0,91	0,21	1,13
80	80	15	95	1,00	0,19	1,19

Обратим особое внимание на три последние колонки этой таблицы — *E*, *F* и *G*.

В колонке *E* показаны средние величины переменных затрат на одно изделие. Например, общая сумма переменных затрат на изготовление 20 единиц составила 19 тыс. руб. (данные колонки *B*). Следовательно, одно изделие обошлось нам в 0,95 тыс. руб. ($19 : 20$) переменных затрат. В колонке *F* приведены средние величины постоянных затрат на одно изделие. Сумма этих затрат не меняется и для любого приведенного в таблице объема выпуска равна 15 тыс. руб. Соответственно средняя величина этих затрат на единицу продукции составляет, скажем, при выпуске 20 единиц 0,75 тыс. руб. ($15 : 20$).

Наконец, в колонке *G* показаны средние величины всех затрат на единицу продукции. Их можно получить двумя способами: либо сложив по строке данные из колонок *E* и *F*, либо разделив общую сумму

затрат из колонки D на объем выпуска. Например, для объема выпуска 20 единиц общие средние издержки составят 1,70 тыс. руб. ($0,95 + 0,75$, или $34 : 20$).

Данные табл. 7.1 и рис. 7.4 отражают несколько очень важных закономерностей изменения затрат фирмы. Они состоят в том, что по мере роста масштабов производства:

1) общая сумма постоянных затрат не меняется, а величина постоянных затрат, приходящихся на единицу продукции, снижается;

2) сумма переменных затрат возрастает, а средняя величина переменных затрат в расчете на одно изделие сначала снижается, а потом возрастает;

3) общая сумма всех затрат возрастает, а общие средние издержки на единицу продукции сначала снижаются, а потом возрастают.

Следовательно, чем в больших масштабах фирма изготавливает свою продукцию (или оказывает услуги), тем дешевле ей в среднем обходится поначалу каждая единица товара. Значит, при неизменной рыночной цене с каждой единицы товара фирма будет сначала получать все большую прибыль.

Тому имеется несколько причин, но мы обратим внимание пока лишь на одну из них — неуклонное снижение средних постоянных затрат при росте масштабов производства. По определению, сумма этих затрат постоянна (скажем, в течение месяца). Значит, чем больше единиц продукции фирма изготовит в течение месяца, тем меньшая их величина придется на каждое изделие.

Поэтому, как хорошо видно на рис. 7.4, кривая этих затрат AFC опускается все ниже по мере роста объема производства на протяжении месяца. В силу этого увеличение масштабов производства, создание все более крупных производств (в определенных границах) обеспечивают существенное снижение как средних постоянных затрат, так и средних общих затрат.

Именно эта экономическая закономерность — обычно ее называют эффектом масштаба — оказала большее влияние на изменение образа жизни человечества в течение XX в., чем электрификация, создание телевидения или компьютеров.

Эффект масштаба — рост масштабов годового выпуска продукции в определенных пределах, ведущий к снижению средних издержек производства, что позволяет либо получать больше прибыли с единицы товара при неизменных ценах, либо снижать цены, чтобы завоевать большую долю рынка и получить большую массу прибыли.

Дело в том, что возможность снижения затрат на производство при росте его масштабов до экономически рационального предела и научно-техническая революция обусловили гигантское развитие в XX в. серийного и массового производства товаров. А это не только преобразило промышленность появлением огромных предприятий, но и позволило резко повысить уровень благосостояния граждан промышленно развитых стран. Логика этого процесса проста:

1) создание огромных предприятий, осуществляющих массовое производство, привело к резкому снижению средних затрат на производство многих товаров;

2) для продажи огромных объемов массово производимых товаров их цены должны быть доступными для больших групп покупателей;

3) фирмы смогли продавать товары по относительно невысоким ценам, не опасаясь убытков, именно потому, что массовое производство обеспечило снижение затрат.

Но наращивание масштабов производства не может быть безграничным и рационально лишь до определенных пределов. Непонимание этого менеджерами фирмы может привести к неверным решениям.

- Так, на рис. 7.4 видно, что при превышении определенной границы (в нашем примере — объема выпуска в 50 единиц в месяц) средние переменные и общие издержки не только перестают снижаться, но начинают возрастать. Значит, даже при неизменной рыночной цене товара за этой границей рост объемов производства оборачивается постепенным снижением величины прибыли от продажи единицы товара и даже падением ее до нуля.

Именно это обстоятельство иллюстрирует рис. 7.5. При ежемесячном выпуске на уровне 50 единиц средние общие издержки оказываются самыми низкими, а прибыль с единицы товара — наибольшей (именно на это указывает стрелка с обозначением P_{max}). Но если фирма будет продолжать наращивать объем выпуска в течение месяца, то средние издержки станут возрастать (кривая средних затрат начнет сближаться с линией, обозначающей уровень рыночной цены). Тогда величина прибыли с каждой единицы продукции будет становиться все меньше (длина стрелки $\uparrow 80$, показывающей размер прибыли с единицы продукции при объеме выпуска 80 единиц в месяц, существенно меньше, чем стрелки P_{max}).

Причина такой динамики средних общих затрат связана с влиянием изменения затрат еще одного вида. Эти издержки называют обычно **маржинальными** (от англ. *margin* — «граница»), или предельными.

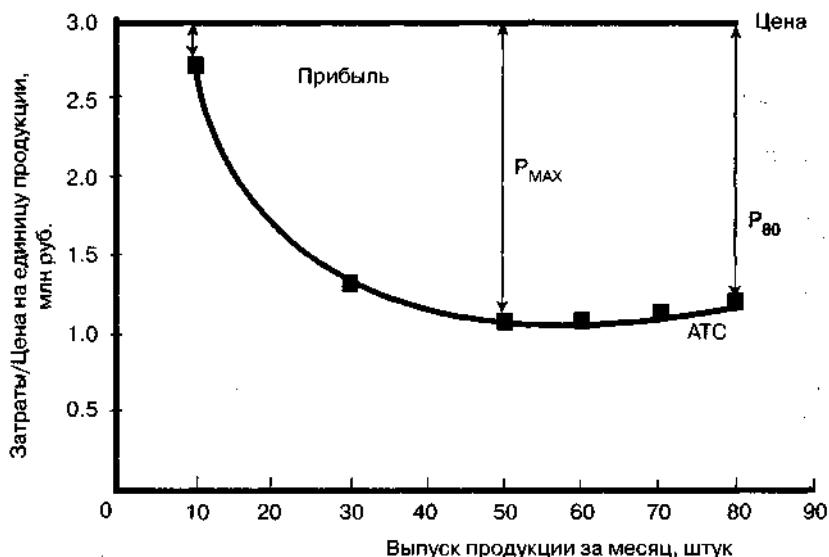


Рис. 7.5. Изменение средних затрат и прибыли от продажи единицы продукции при увеличении объемов производства и рыночной цене на уровне 3,0 млн руб.

(ATC — средние общие затраты; P_{\max} — максимальная величина прибыли от продажи единицы продукции; P_{80} — величина прибыли от продажи единицы продукции при объеме производства в 80 единиц)

Своим названием эти издержки обязаны тому, что они осуществляются как бы «на пределе», т. е. на границе операций фирмы. Иногда эти издержки называют еще и **приросными**, поскольку они относятся к условиям прироста выпуска продукции фирмы.

Маржинальные (предельные) издержки — реальная сумма издержек, которых требует изготовление каждой дополнительной единицы продукции.

Для понимания природы маржинальных (предельных) затрат рассмотрим пример.

Посчитаем — подумаем

Допустим, что в 1995 г. фирма выпускала 100 единиц продукции и сумма связанных с этим затрат составляла 800 тыс. руб., в том числе:
 заработная плата — 360 тыс. руб.;
 материалы — 240 тыс. руб.;
 постоянные издержки — 200 тыс. руб.

Следовательно, средние издержки на выпуск единицы продукции до сих пор составляли 8 тыс. руб. При продажной цене 9 тыс. руб. прибыль на единицу продукции составляла 1 тыс. руб. В расчете на весь объем выпуска выручка от продажи была равна соответственно 900 тыс. руб. (9×100), а прибыль — 100 тыс. руб. ($900 - 800$).

Поскольку трудностей со сбытом не было, фирма решила увеличить выпуск. До этого момента имевшееся оборудование использовалось на 90% технически возможной мощности и работали на нем 3 рабочих, каждый из которых получал 120 тыс. руб. в месяц. Для использования мощности на 100% пришлось нанять еще 1 рабочего, что дало возможность довести объем производства до 110 единиц. Соответственно возросли и переменные издержки фирмы: месячный фонд заработной платы достиг 480 тыс. руб., а затраты на материалы составили 264 тыс. руб. Не изменились только постоянные издержки. В итоге общая сумма ежемесячных затрат фирмы достигла 944 тыс. руб. ($480 + 264 + 200$).

При этом средние постоянные издержки, как и следовало ожидать, снизились, составив 1,82 тыс. руб. ($200 : 110$) вместо прежних 2,0 тыс. руб. Средние переменные издержки, напротив, возросли, достигнув 6,76 тыс. руб. [$(480 + 264) : 110$] против прежних 6,0 тыс. руб. [$(360 + 240) : 100$]. Поскольку средние переменные издержки возросли больше, чем снизились средние постоянные издержки (соответственно 0,76 тыс. руб. против 0,18 тыс. руб.), то, естественно, возросли и средние общие издержки. Они стали больше на 0,58 тыс. руб. ($0,76 - 0,18$) и достигли 8,58 тыс. руб. ($944 : 110$).

При прежней цене (ее определяют рыночные условия в целом) расширение производства на первый взгляд кажется для фирмы выгодным — выручка составила 990 тыс. руб. (110×9) вместо прежних 900 тыс. руб. Да и средние издержки по-прежнему ниже цены продажи. Однако общая масса прибыли составила 46 тыс. руб. ($990 - 944$) против прежних 100 тыс. руб., т. е. уменьшилась на 54 тыс. руб.

Понять причину этого можно, если подсчитать предельные издержки, связанные с изготовлением каждой из 10 дополнительных единиц продукции. Они в данном случае составили:

$$(944 - 800) : 10 = 14,4 \text{ тыс. руб.}$$

Иными словами, каждая из 10 единиц дополнительно произведенной продукции обошлась этой фирме на 6,4 тыс. руб. дороже, чем в среднем стоила каждая единица продукции при прежнем объеме производства. Более того, каждая из этих дополнительно изготовленных единиц продукции принесла фирме вместо 1 тыс. руб. прибыли 5,4 тыс. руб. убытков, так как именно на эту величину предельные издержки оказались выше цены продажи ($9,0 - 14,4$).

Общая сумма убытков составила соответственно 54 тыс. руб. ($5,4 \times 10$). Именно она обусловила сокращение общей суммы прибыли фирмы.

Причина сокращения прибыли фирмы в приведенном выше примере состоит в том, что 4-й работник хотя и помог фирме увеличить объем выпуска, но работал с меньшей производительностью, чем его коллеги. Их месячная производительность составляла примерно 33 единицы продукции ($100 : 3$). Личная производительность 4-го работника оказалась значительно меньшей — только 10 единиц продукции (на столько возрос общий выпуск продукции с его приходом на фирму).

Сам работник в этом не виноват: просто производительность его труда была ограничена техническими возможностями оборудования. И здесь мы имеем дело не со случайностью, а с проявлением общей закономерности.

Эта закономерность носит название **закона убывающей предельной производительности факторов производства**.

Закон убывающей предельной производительности факторов производства: если фирма наращивает объем использования только некоторых или одного из факторов производства, то прирост выпуска, приносимый дополнительными объемами этих факторов, в конце концов начнет снижаться.

В рассмотренном выше примере именно это и произошло. Увеличив объем использования труда и сырья, фирма не увеличила объема использования капитала (оборудования). В результате дополнительно нанятый работник не смог полностью реализовать свой трудовой потенциал и его личная производительность оказалась ниже, чем у его коллег, нанятых ранее.

Увеличение масштабов производства всегда требует тщательного обоснования — как бы не получилось, что предельные издержки на производство дополнительной единицы товара сравняются с выручкой от ее продажи и прибыль станет нулевой.

При такой экономической ситуации фирме следует прекратить наращивание выпуска товаров, пока она не найдет способ либо снизить предельные издержки на их изготовление, либо добиться сбыта товаров по более высокой цене.

§ 26. Влияние конкуренции на деятельность фирм

Результаты деятельности любой фирмы сильно зависят не только от ее затрат, но и от типа рынка, на котором ей приходится продавать свои товары. При этом имеются в виду различия между рынками не по характеру продаваемых там товаров, а по сложившимся условиям конкуренции при их продаже.

Фирма, выходящая со своим товаром на рынок, чаще всего сталкивается с конкуренцией со стороны других фирм, которые также стремятся продать свои товары. Все эти фирмы вынуждены соперничать между собой из-за ограниченности ресурсов (прежде всего, денежных средств), которыми покупатели располагают для покупки товаров на данном рынке.

Соперничество, однако, может разворачиваться по-разному. И каждая фирма должна учитывать тип конкуренции, с которым она столкнется на рынке для выработки на этой основе своей коммерческой политики. Вместе с тем тип конкуренции имеет немалое значение и для покупателей, прямо затрагивая их интересы.

Обычно выделяют следующие типы конкуренции (типы конкурентных рынков):

- 1) рынок совершенной (чистой) конкуренции;
- 2) рынок монополистической конкуренции;
- 3) олигопольный рынок;
- 4) рынок монополии.

Рынок совершенной (чистой) конкуренции. Для него характерно то, что в борьбе за внимание и деньги покупателей сталкиваются между собой множество производителей однотипных товаров. При этом ни один из них не обладает контролем над такой долей рынка, которая позволяет ему навязывать остальным выгодные ему условия сбыта.

Именно так конкурируют между собой, например, мелкие производители сельскохозяйственной продукции или мелкие фирмы в сфере услуг.

При такой конкуренции рыночное равновесие достигается в результате массовых сделок продавцов и покупателей, которые не могут навязать друг другу свою волю и вынуждены на равных искать компромисс в виде рыночной цены (цены рыночного равновесия).

В такой ситуации достоинства рыночных механизмов (впрочем, как и их недостатки) проявляются наиболее полно. Поэтому гл. 3–4 об устройстве рынка и взаимодействии спроса и предложения наиболее точно описывают именно рынок совершенной конкуренции.

Рынок монополистической конкуренции. Экономисты говорят о возникновении монополистической конкуренции, если:

- 1) на рынке имеется много конкурирующих фирм;
- 2) для удовлетворения одной и той же потребности эти фирмы предлагают различающиеся между собой товары;
- 3) каждая фирма имеет некоторую возможность влиять на цену, по которой она продает свои товары;

4) существующие фирмы не могут преградить вход на рынок новым конкурентам.

Характерными примерами таких товарных рынков являются рынки продуктов питания, одежды, мебели и т. д.

Например, все пальто различных швейных фирм удовлетворяют одну и ту же потребность покупателей: обеспечивают защиту от непогоды. Но каждая фирма, изготавливающая пальто, предлагает покупателю товары, отличающиеся друг от друга материалом, покроем, отделкой, цветовой гаммой. При этом определенный тип пальто предлагается на рынок только одной фирмой, обладающей авторскими правами на совокупность свойств своей продукции.

На таком рынке монополистическая власть каждой фирмы состоит лишь в праве на изготовление особой разновидности товара и в предложении ее на рынок по самостоятельно назначенной цене, но не в контроле над рынком всех товаров однотипного назначения и возможности диктовать рыночную цену.

Такой тип конкуренции наиболее распространен. Он возникает в тех отраслях, где:

1) для организации производства не нужно создавать особенно крупные предприятия и потому вкладывать особо крупный капитал;

2) возможно создание многих разновидностей товара, удовлетворяющего определенную потребность;

3) права отдельной фирмы на исключительное изготовление созданной ею разновидности товара можно защитить с помощью авторских прав и прав на товарный знак, т. е. с помощью патентов. Именно в силу такой защиты законом прав изготовителя другие фирмы не могут выпускать свою продукцию под тем же именем и с точно такими же свойствами, какие есть у продукции, защищенной патентом.

Рынок олигополии. Для этого рынка характерно производство одинаковых или сходных товаров небольшим числом крупных фирм, которые и конкурируют между собой. При этом каждая фирма может оказывать существенное влияние на цены, по которым продаются ее товары.

Ситуация олигополии возникает обычно в тех отраслях, где сама технология диктует предпочтительность создания крупных производств. Экономически рациональный масштаб этих производств оказывается таким, что все нужды рынка могут быть удовлетворены несколькими фирмами.

Например, как ни велик автомобильный рынок США, но десятилетиями его потребности практически полностью обеспечивались «большой тройкой» фирм: «Форд», «Дженерал Моторс» и «Крайслер». Оли-

гопольными обычно являются рынки производства тяжелого оборудования, нефтехимической продукции, осуществления международных авиaperевозок и т. п.

Ситуация олигополии поначалу была характерна и для российского рынка легковых автомобилей. Плановые органы СССР сформировали эту отрасль таким образом, что в ней были лишь четыре основных производителя: ВАЗ (изготовитель «Жигулей»), АЗЛК (изготовитель «Москвича»), ГАЗ (изготовитель «Волги») и ЗАЗ (изготовитель «Запорожца»). Поскольку автомобили зарубежных фирм государство для продажи на внутреннем рынке не закупало, а частных фирм по торговле автомобилями не существовало, рынок был полностью поделен между упомянутыми олигополистами. Каждый из них практически диктовал цены на свои автомобили.

Аналогичная ситуация существовала на отечественных рынках холодильников и телевизоров.

Рынок монополии. На таком рынке для покупателя складываются самые худшие условия (слово «монополия» образовано на основе двух греческих слов: «монос» — «один» и «полео» — «продаю» и означает, следовательно, ситуацию, когда на рынке есть только один продавец).

При чистой монополии возможности покупателя торговаться становятся крайне ограниченными, поскольку альтернативного изготовителя (продавца) просто не существует. Именно так была устроена до недавнего времени вся экономическая жизнь в нашей стране. Огромная доля продукции (особенно сложнотехнической) выпускалась здесь всего одним предприятием — абсолютным монополистом. Понятно, что в таком случае единственный метод борьбы покупателя с всевластием монополиста-изготовителя — просто не покупать товар.

Но не всегда этот метод можно использовать. Если покупатель не может обойтись без товара, он вынужден будет его покупать даже ценой отказа от других, тоже очень нужных благ.

Обычная коммерческая стратегия монополиста — навязывание покупателям завышенных уровней цен.

Это подтвердил и рост цен в России после их либерализации в начале 1992 г. Российские предприятия-монополисты без особых размышлений взвинтили цены на свою продукцию до небес. Так, лидеры первого этапа этой гонки цен — предприятия черной металлургии — повысили цены сразу в... 14 раз!

При этом отечественные предприятия совершенно не опасались заговаривания: ведь, кроме как у них, отечественным покупателям «достать» соответствующий товар было просто негде. Правительство не

смогло ничего противопоставить такой политике монополий, и в России вспыхнул «пожар» инфляции.

На рынке монополии такая возможность завышения цен становится наибольшей, т. е. возникает «ценовой диктат» продавца. Более того, монополисту не нужно ни совершенствовать свою продукцию, ни искать наиболее рациональные способы ее производства и сбыта. Поэтому рост степени монополизации рынков всегда рождает очень серьезные проблемы.

Понять и запомнить различия между рынками разных типов помогает табл. 7.2, а меру влияния продавцов и покупателей на формирование цен на рынках с различными типами конкуренции иллюстрирует рис. 7.6.

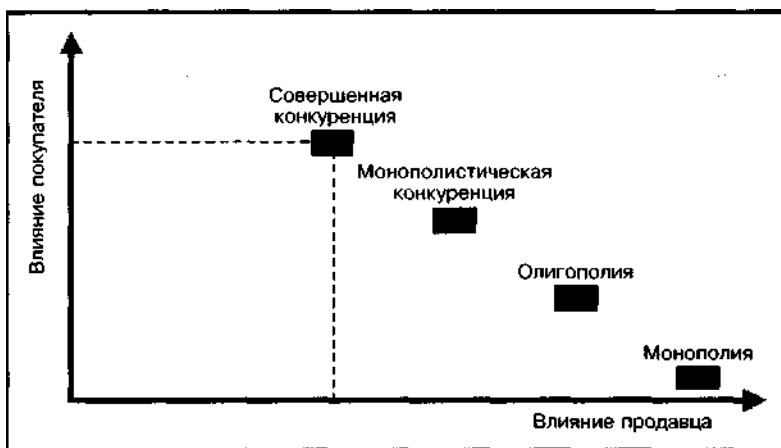


Рис. 7.6. Возможности покупателей и продавцов влиять на цены при различных типах организации рынка

Он показывает, что возможности покупателей и продавцов равны только на рынке чистой (совершенной) конкуренции. На всех остальных типах рынков влияние продавцов оказывается больше влияния покупателей, достигая максимума при чистой монополии.

В большинстве развитых стран мира государство ведет борьбу с проявлениями монополизма на рынке. Сердцевиной антимонопольного регулирования являются ограничение власти фирм-монополистов в навязывании покупателям своих уровней цен и защита конкуренции.

Таблица 7.2

Различия между типами конкурентных рынков

Тип рынка	Характеристики конкурентной ситуации				
	Число фирм в отрасли	Тип товаров	Барьеры для входа на рынок	Возможность фирмы влиять на цены своих товаров	Примеры отраслей, действующих на таких рынках
Совершенная конкуренция	Большое	Одинаковые изделия	Не существуют	Отсутствует полностью	Сельское хозяйство, бытовые услуги
Монополистическая конкуренция	Большое	Разные изделия сходного назначения	Существуют, но их можно преодолеть	Существует возможность влиять на цену	Пищевая и легкая промышленность, производство мебели
Олигополия	Небольшое	Одинаковые или различные изделия	Существуют, и преодолеть их трудно	Большая	Автомобильная промышленность, авиаперевозки и др.
Монополия	Одна	Товар, не имеющий заменителей	Существуют, и преодолеть их очень трудно или даже невозможно	Максимальная	Электроэнергетика, железнодорожные перевозки и др.

Так гласит закон

Чтобы защитить авторские права в сфере производства и услуг, Верховный Совет Российской Федерации 14 мая 1992 г. принял специальный Закон **«О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»**.

Этот закон устанавливает, что:

1) товарный знак — это обозначение, способное отличить товар или услуги гражданина или коммерческой организации от однородных товаров других производителей;

2) владелец товарного знака имеет исключительное право пользоваться им и никто не вправе пользоваться этим знаком без разрешения владельца;

3) регистрация товарных знаков проводится Государственным патентным ведомством Российской Федерации;

4) споры, связанные с использованием товарных знаков, включая незаконное их использование, рассматриваются судом, арбитражным судом или третейским судом;

5) лицо или организация, незаконно воспользовавшиеся чужим товарным знаком, обязаны возместить всем потерпевшим причиненные им убытки, а остальную прибыль передать в распоряжение местных органов власти.

Страницы экономической истории человечества

Патент — защита от костра и мошенников

Историки утверждают, что первый в мире патент был выдан в Англии в 1449 г., т. е. задолго до появления в стране патентного ведомства.

Владельцем этого документа, который назывался тогда охранной грамотой, стал мастер Джон из Ютонаша. Он получил от короля Генриха VI такую грамоту на метод изготовления цветных стекол для витражей Итонского колледжа.

Поначалу патенты вовсе не были связаны с защитой экономических прав авторов. Грамоты монархов защищали изобретателей от обвинений со стороны церкви в занятиях алхимией или колдовством. Именно тогда родилось требование описания в патенте существа изобретения. Считалось, что колдовские тайны не могут быть изложены на бумаге для общего сведения. Публичное раскрытие секретов изобретения в патенте служило доказательством того, что автор не вступал в союз с нечистой силой.

Порой приходилось идти на еще большие уступки церкви, и потому Джон Непер в 1614 г. был вынужден посвятить свое удивительное изобретение — логарифмы — церкви.

К настоящему времени в мире выдано более 11 млн патентов; по 8 млн патентов сроки защиты авторских прав уже истекли, и сейчас действует около 3 млн патентов, нарушение которых карается законом.

Фирмы осуществляют постоянный контроль за соблюдением патентного законодательства в странах, где зарегистрированы их патенты. Так, американская фирма «Мерк» затеяла в суде дело против «Гедеон Рихтер фармасьютикл» тотчас после того, как последняя в нарушение патентов «Мерк» выпустила на рынок свой вариант витамина B12. Английская фирма по производству электробритв оперативно обнаружила применение ее патента в электробритвах «Харьков», проданных в свое время советскими фирмами в Югославию. А фирма «Компур-Верке» (Германия) сумела добиться от нашей страны прекращения продажи фотоаппаратов марки «Зенит-4» в Англии, Швеции, Японии и США, поскольку ряд узлов фотоаппарата попал под действие патентов этой фирмы. Все эти нарушения юридических прав патентовладельцев привели к судебным процессам. Надо учитывать, что штраф за нарушение патентного законодательства может превысить экономические возможности фирмы, и тогда она мгновенно станет банкротом.

Основные выводы

1. Для осуществления своей деятельности фирма пользуется внутренними и внешними (покупными) ресурсами. Расходы на приобретение использованных фирмой внешних ресурсов образуют внешние издержки фирмы, а расходы на приобретение использованных фирмой внутренних ресурсов (если даже они не были связаны с реальным денежным платежом) — внутренние издержки. Выручка от продаж за вычетом внешних затрат составляет бухгалтерскую прибыль фирмы. Прибыль за вычетом еще и внутренних затрат составляет экономическую прибыль фирмы. Фирма имеет благоприятные шансы на развитие лишь при наличии экономической прибыли. Главными способами увеличения прибыли фирмы являются сокращение затрат на производство и сбыт ее товаров, а также правильное установление цен на них.

2. Внешние издержки фирмы бывают двух видов: постоянные и переменные. Постоянные издержки не меняются в зависимости от объема выпуска продукции. Переменные затраты изменяются в том же направлении, что и величина выпуска продукции. Сумма постоянных и переменных затрат образует общую сумму затрат.

3. Деление общей суммы затрат на объем выпущенной продукции позволяет определить величину средних затрат на единицу продукции. Чем ниже средние издержки, тем выше прибыль с каждой единицы продукции. При выборе своей коммерческой политики фирма должна обращать внимание не только на средние, но и на предельные (маржинальные) издержки, т. е. на ту реальную сумму затрат, в которую обходится изготовление каждой дополнительной единицы продукции. Эти предельные издержки надо сопоставлять с предельной выручкой от продаж дополнительной продукции: издержки не должны быть выше.

4. Возможности управления ценами зависят также от того, какая конкурентная ситуация в целом сложилась на данном рынке, насколько он монополизирован крупнейшими фирмами. Существует несколько типов таких конкурентных ситуаций, которые с точки зрения усиления власти отдельной фирмы над формированием рыночных цен можно расположить в следующем порядке: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия и чистая монополия. Чем выше степень монополизации рынка, тем менее совершенно работает его механизм, и потому во всем мире государство стремится защитить конкуренцию.

Контрольные вопросы

1. Что такое общие издержки на производство и из каких затрат они складываются?
2. Какие издержки больше: экономические или бухгалтерские?
3. Почему владелец фирмы может считать для себя желательным (выгодным) ее сохранение даже при отсутствии экономической прибыли?
4. Чем расходы отличаются от издержек?
5. К какой группе издержек относится заработная плата работников конструкторского бюро завода?
6. Сумма каких издержек сразу увеличивается при росте объемов производства?
7. Как определяются средние издержки?
8. Какие виды средних затрат встречаются в коммерческой практике?
9. Чем средние издержки отличаются от маржинальных?
10. Что такое чистая монополия и какие примеры чистой монополии можно привести из отечественной практики?
11. К какому типу относится рынок транспортных услуг в вашем городе?
12. Как рост монополизации рынка влияет на величину рыночной цены?

Вопросы для обсуждения

1. Экономика СССР была построена на основе крупнейших предприятий. Почему это было сделано именно таким образом и связано ли это с тем, что сейчас большинство таких предприятий переживает трудные времена?
2. Предприятия в экономике СССР очень часто были почти полными монополистами в изготовлении отдельных видов продукции. Каким образом это сказалось на уровне их затрат и какие это породило трудности в борьбе с пришедшими сейчас на российские рынки иностранными конкурентами?
3. Почему снижение темпов инфляции побуждает российские предприятия обратить большее внимание на снижение затрат?

ГЛАВА 8.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА ФИРМЫ

Бизнес подобен езде на велосипеде.
Либо вы едете вперед, либо вы падаете.

Джон Д. Райт

Рамки деятельности любой фирмы задают рыночные механизмы. Но эти рамки — общие для всех фирм, вступающих на рынок. Между тем некоторые фирмы добиваются успеха, а их владельцы богатеют, тогда как другие фирмы еле сводят концы с концами, а то и разоряются. Причина столь различных результатов коммерческой деятельности — неодинаковое умение руководителей фирм адаптироваться к условиям, задаваемым рыночной средой, и выбрать правильную экономическую политику фирмы.

Правила такого выбора довольно универсальны, идет ли речь о маленьком семейном предприятии или о гигантской фирме с десятками тысяч занятых. Конечно, изучить эти правила детально в рамках одной главы данного учебника невозможно, но составить о них общее представление и понять, где могут подстерегать ошибки — задача реальная. Для того чтобы это сделать, мы рассмотрим основные правила рациональной экономической организации предпринимательской, т. е. коммерческой (направленной на получение прибыли владельцем фирмы), деятельности.

§ 27. Экономическая логика создания фирмы

Фирмы создаются для того, чтобы приносить доход своим владельцам и помогать им становиться богаче. Но в рыночной экономике доход возникает только в результате успешной продажи товаров или услуг, когда удастся получить от покупателя сумму большую, чем сам изготовитель затратил на производство. Поэтому первейшим условием успеха любой фирмы является рост продаж товаров и услуг, приносящих прибыль, и тех активов, которые для этого необходимы.

Активы предприятия — все, что приобретено для организации деятельности фирмы за счет денежных средств владельца или взятых им кредитов (здания, оборудование, запасы сырья и материалов и т. д.).

Но что может обеспечить фирме рост продаж и активов? Ответ на этот вопрос дает рис. 8.1. На рисунке два главных условия роста продаж и активов — эффективный менеджмент и эффективные инвестиции.

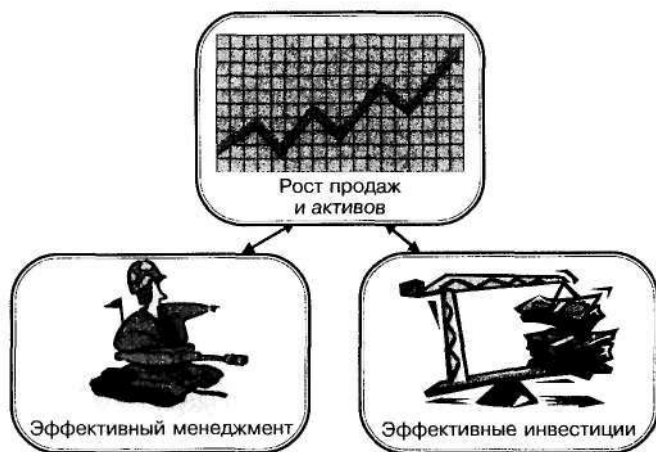


Рис. 8.1. Условия роста продаж и активов фирмы

Под эффективным менеджментом мы понимаем такое управление фирмой, при котором она:

1) зарабатывает добавленную стоимость, т. е. за ее товары или услуги покупатели согласны заплатить сумму большую, чем сама фирма потратила на покупку товаров или услуг, необходимых ей для изготовления этих товаров или услуг;

2) получает не только бухгалтерскую, но и экономическую прибыль.

Если фирма не получает добавленную стоимость, то ее существование бессмысленно, так как именно из добавленной стоимости (рис. 8.2) любая фирма берет деньги на:

- 1) выплату заработной платы работникам;
- 2) возмещение постоянных издержек бизнеса;
- 3) формирование дохода собственника и средств для развития (прибыль).

Добавленная стоимость — превышение выручки от продаж товаров над стоимостью материальных ресурсов и услуг, купленных фирмой для производства этих товаров.

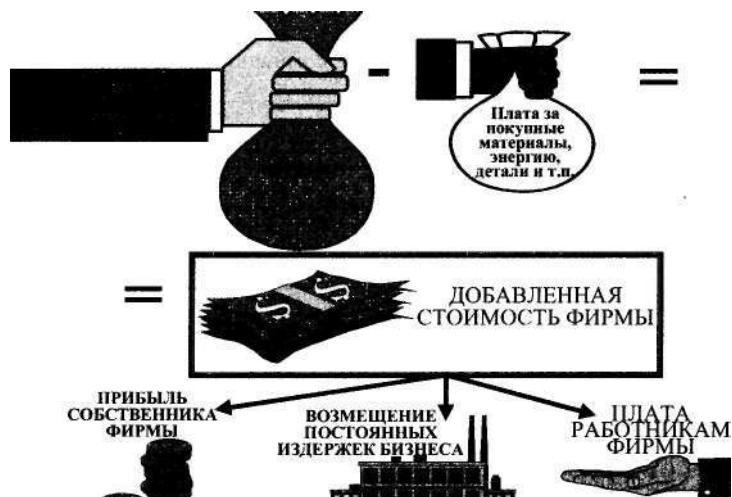


Рис. 8.2. Формирование и использование добавленной стоимости фирмы

В свою очередь под эффективными инвестициями принято понимать такие вложения средств в развитие фирмы, в результате которых (рис. 8.3):

- 1) повышается конкурентоспособность товаров фирмы на рынке;
- 2) растет рыночная стоимость самой фирмы и потому владелец фирмы становится богаче.

Посчитаем — подумаем

В феврале 2002 г. московская компания «Вимм-Билль-Данн- продукты питания» (WBD) продала часть своих акций новым владельцам — американским финансовым организациям, получив за эти акции 200 млн долл. (10,62 млн акций по цене 19,5 долл. за акцию).

В итоге WBD вошел в двадцатку самых дорогих российских компаний в пищевой промышленности, отставая по капитализации только от пивоваренной компании «Балтика» (табл. 8.1).

Председатель совета директоров WBD Давид Якобашвили назвал удачную продажу акций на Нью-Йоркской фондовой бирже «большой честью для компании». Якобашвили напомнил, что в 1992 г. у компании было всего пять сотрудников, а сейчас — 11 000. Да и уровень открытости WBD изменился. В проспекте эмиссии компания признала, что ее крупнейший акционер (26% до продажи акций и 19% — после) Гавриил Юшваев отсидел девять лет за «преступления, связанные с насилием».

Таблица 8.1

Самые дорогие российские компании 2001 г.

№ п/п	Компания	Капитализация, млрд долл.
1	НК ЮКОС	14,80
2	Газпром	14,40
3	Сургутнефтегаз	13,26
4	НК ЛУКОЙЛ	12,14
5	РАО «ЕЭС России»	6,50
6	Сибнефть	4,45
7	ГМК «Норильский никель»	4,43
8	МТС (сотовая связь)	3,12
9	Пивоваренная компания «Балтика»	1,66
10	Сбербанк	1,63
11	Татнефть	1,58
12	Вымпелком (сотовая связь)	1,21
13	Мосэнерго	1,20
14	Северсталь	1,13
15	Ростелеком	0,97
16	WBD (Вимм-Билль-Данн)	0,96
17	АвтоВАЗ	0,76

Таким образом, молодая российская компания, производящая молочные продукты и соки, смогла за десять лет добиться роста рыночной стоимости своего бизнеса практически с нуля до 960 млн долл. (такая сумма была бы получена собственниками компании, если бы они продали все свои акции по цене, сложившейся на американском фондовом рынке). Этот великолепный результат достигнут прежде всего благодаря эффективному менеджменту в компании, позволившему сделать ее одним из крупнейших игроков на российском пищевом рынке.

И хотя считать деньги в чужом кармане не пристало, но позволим себе маленькое исключение и посчитаем — каково теперь личное богатство г-на Г. Юшваева? Сделать это нетрудно — если ему принадлежит 19% капитала компании, а вся компания стоит 960 млн долл., то личное богатство крупнейшего акционера может быть оценено суммой в 182,4 млн долл.

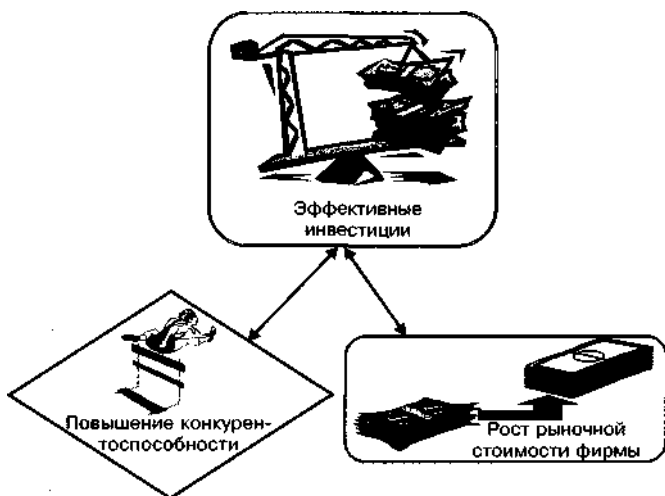


Рис. 8.3. Условия эффективности вложений средств в наращение активов фирмы

Рыночная стоимость фирмы — денежная сумма, которую можно реально получить при продаже фирмы новому владельцу.

Посчитаем — подумаем

Предположим, что фирма, изготавливающая радиоприемники, закупила детали для их производства на сумму 80 тыс. руб., 20 тыс. руб. она заплатила за электроэнергию для производственного оборудования и 5 тыс. руб. — за коробки, в которые упаковываются готовые радиоприемники перед отправкой в магазины. Итого за покупные материалы и комплектующие фирма заплатила 105 тыс. руб., изготовив 300 радиоприемников.

Фирма планировала продавать эти радиоприемники по цене 620 руб. Но магазины отказались брать эти радиоприемники для продажи в розницу по такой цене, сославшись на то, что похожий по техническим параметрам импортный радиоприемник Philips AE 1505/14 они уже продают по 490 руб., а потому отечественный радиоприемник готовы брать для продажи только по цене 350 руб., чтобы продавать его потом по 420 руб.

Это означает, что за всю партию своих радиоприемников фирма сможет получить от торговцев радиотехникой только 105 000 руб. (350×300).

Казалось бы, все в порядке — фирма-изготовитель вроде бы не в убытке, ведь она выручила за радиоприемники столько же, сколько сама заплатила за все, что купила для их изготовления. На самом деле, это

полный провал — ведь добавленная стоимость у этой фирмы оказалась равна нулю.

Иными словами, несмотря на то, что работники фирмы тратили время и силы на создание продукции, а хозяин фирмы вложил в ее организацию свои деньги и время, покупатели отказались оценить созданные фирмой товары в сумму большую, чем стоимость производственных ресурсов, которые сама фирма купила на рынке для организации своей деятельности. Проще говоря, покупатели не сочли, что деятельность фирмы добавила какую-то дополнительную ценность к израсходованным фирмой ресурсам.

Но если фирма не зарабатывает на рынке добавленной стоимости, то такая фирма дальше работать не сможет — ее надо закрывать, так как рынок не признает полезности ее деятельности и потому владелец фирмы не может получить от ее деятельности доход в форме прибыли.

Основой роста конкурентоспособности товаров фирмы является правильный выбор маркетинговой стратегии фирмы, что требует от любого предпринимателя и менеджера поиска ответов на 4 основных вопроса (рис. 8.4):

1) какова позиция моей фирмы на рынке, т. е. что думают о ней и ее товарах покупатели и другие фирмы-конкуренты?

2) что хочет покупатель или что можно «убедить его хотеть»?

3) может ли моя фирма снижать издержки производства быстрее, чем конкуренты и потому способна ли она производить товары дешевле, чем конкуренты и соответственно — продавать их по более низким ценам?

4) может ли моя фирма изготавливать дифференцированную от конкурентов продукцию, т. е. делать товары, отличные по свойствам и качеству от товаров конкурентов и потому привлекательные для покупателей даже без снижения цен?

Если покупатель беден и хочет только «что-нибудь подешевле», а у вас есть возможность делать дешево, пусть и не «сердито», т. е. с низким качеством, то ваша маркетинговая стратегия ясна — надо делать дешевые товары с минимально приемлемым уровнем качества. Если же покупатель хочет товар более качественный, красивый или надежный, а у вас в фирме есть хорошие конструктора, дизайнеры или очень квалифицированные рабочие, то можно попытаться выйти на рынок с товаром, пусть и не очень дешевым, но зато куда более привлекательным, чем дешевые подделки конкурентов.

Маркетинг — совокупность методов выбора и продвижения на рынок тех товаров или услуг, при продаже которых фирма может заработать больше прибыли.

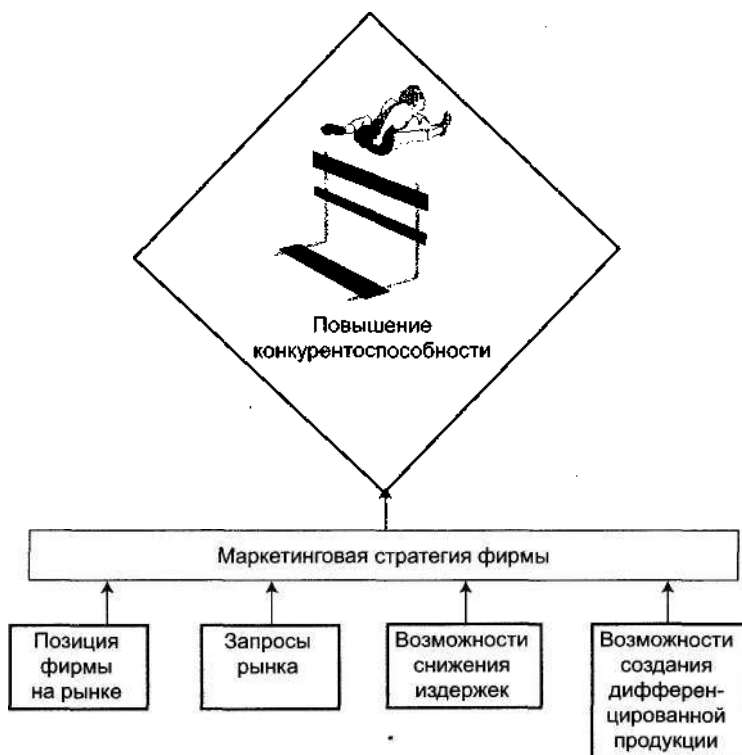


Рис. 8.4. Основные элементы, формирующие маркетинговую стратегию фирмы

Нежелание задумываться над этими вопросами или неправильные ответы на них могут погубить любой проект и любую фирму. Именно так практически обанкротилась, например, московская фирма «АЗЛК» (Автозавод им. Ленинского комсомола). Имея на рынке репутацию изготовителя весьма устарелых и низкокачественных автомобилей (российские автолюбители прозвали машину этого завода — «Москвич» — «московской недвижмостью»), менеджеры завода — вместо производства дешевых автомобилей и решительного снижения издержек производства — решили предложить рынку коллекцию автомобилей представительского класса по цене от 5 до 19 тыс. долл. Естественно, что желающих купить такие автомобили, да еще изготовленные заводом со столь дурной репутацией своих товаров, вместо куда более комфортабельных и качественных автомобилей иностранного производства не нашлось и завод лишился всякой возможности продаж и доходов.

§ 28. Экономические основы конкурентоспособности фирмы

Основная опасность, которая подстерегает любого предпринимателя, создающего новую фирму (а на многих старых, еще «советских» предприятиях не позволяет и сегодня выйти из кризиса), это опасность действовать в логике «продуктивно-затратного», а не маркетингового подхода к выбору своих товаров и определению цен (рис. 8.5).

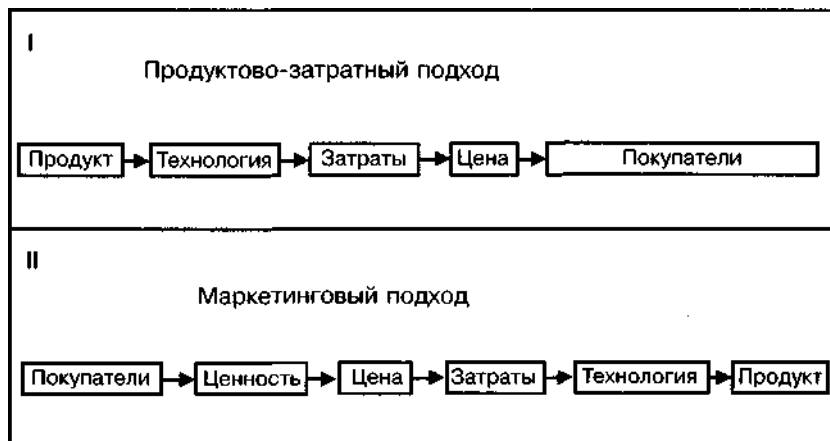


Рис. 8.5. Два подхода к выбору товаров и определению цен

При продуктивно-затратном подходе предприниматель или директор пытаются сначала придумать новый вариант той же продукции, что данное предприятие производит или производило в прошлом. Затем под товар-новинку разрабатывается технология производства и определяются натуральные нормы расхода всех производственных ресурсов (материалов, труда, энергии и т. д.). После чего эти нормы умножаются на цены ресурсов и рассчитывается общая величина прямых (переменных) издержек производства товара. Далее к ней добавляется часть постоянных издержек фирмы и прибыль (на уровне, который кажется владельцам фирмы «приемлемым»). Так определяется цена продажи.

А уж потом начинается поиск тех покупателей, которые согласны купить ТАКОЙ товар по ТАКОЙ цене. И вот тогда часто оказывается, что продать товар невозможно: либо это НЕ ТОТ товар, который хотят приобрести покупатели, либо это НЕ ТА цена, по которой они согласны приобрести такой товар.

Чтобы уберечься от такой роковой ошибки, лучше придерживаться маркетингового подхода к управлению фирмой. Этот подход предполагает, что предприниматель (если речь идет о создании новой фирмы) или нанятый владельцем менеджер (если фирма уже работает) сначала пытается найти ту группу потенциальных покупателей, которые:

1) имеют деньги для покупок;

2) могут пожелать покупать те товары или услуги, которые фирма в принципе способна для них создать;

3) достаточно многочисленны, чтобы выручка от продажи им товаров фирмы могла обеспечить ей возмещение затрат на производство, а владельцу фирмы — приемлемый для него уровень прибыли.

Затем надо попытаться выяснить, что (какую ценность) эти покупатели хотели бы приобрести или что можно убедить их захотеть приобрести (маркетологи знают немало приемов управления развитием потребностей покупателей). После этого методами маркетинговых исследований определяется примерная максимальная цена, которую можно взять с покупателя за такой товар.

А потом необходимо задать себе очень жесткий, но единственно верный с экономической точки зрения вопрос: «Какие издержки мы можем себе позволить при изготовлении этого товара, чтобы заработать нормальную прибыль при возможной на рынке цене продажи?»

Тогда — зная предельную величину издержек производства — можно ставить задачу создать технологию производства, которая позволит изготавливать товар с нужными покупателям свойствами и требуемыми издержками. И наконец под такую технологию разрабатывать конструкцию самого товара.

Именно по такой схеме весьма успешно вошла на российский рынок известная шведская мебельная фирма «ИКЕА». Они сначала определили, есть ли в России достаточное число семей с месячным доходом выше 300 долл. (*покупатели*). Затем они рассчитали, какого рода мебель может заинтересовать такие семьи (*ценность*). Потом они прикинули, сколько семья с такими доходами может в год потратить на покупку мебели. Отсюда были выведены цены, по которым эту мебель надо продавать, чтобы семьи с таким достатком могли купить в год хотя бы несколько предметов мебели «ИКЕА» (*цены*). Затем были определены предельные издержки изготовления такой мебели, при которых «ИКЕА» сможет получить приемлемую для себя прибыль (*издержки*). А уже затем конструкторам мебели и технологам была поставлена задача — создать или отобрать из имеющегося у фирмы ассортимента мебели те изделия, которые можно изготавливать с такими издержками (*технология и товар*).

Это означает, что грамотный менеджер, понимающий логику рыночной экономики, всегда воспринимает как отправную точку в своей стратегии цену, по которой реально возможна продажа его товара. Именно исходя из нее и с учетом эластичности спроса он определяет возможный для своей фирмы объем продаж. А примерно представляя, сколько можно продать (да еще принимая во внимание такие факторы, как сезонность спроса и стоимость хранения запасов на складе), он рассчитывает возможный объем производства.

Этот объем производства (с учетом эффекта масштаба и эффекта обучения) определяет издержки производства единицы товара. И тогда — в итоге — возникает возможность добиться желаемой для фирмы и ее владельцев прибыльности продаж товаров (рис, 8.6).

Эффект обучения — чем большее количество определенного вида товаров фирма уже выпустила, тем лучше ее работники умеют выполнять производственные операции для изготовления этих товаров и тем меньше времени они на эти операции тратят, что ведет к снижению издержек производства.

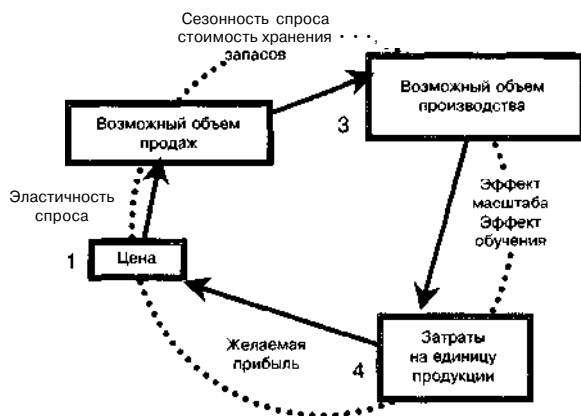


Рис. 8.6. Нормальная логика взаимосвязи цены и издержек в рыночной экономической системе

Умение понимать логику формирования издержек фирмы и управлять их величиной — важнейшее условие успешного развития любой фирмы. Второе условие этого успеха — умение создать для своей фирмы конкурентные преимущества перед фирмами, производящими та-

кие же товары или услуги. Обычно принято различать два типа конкурентных преимуществ фирмы (рис. 8.7):

- 1) конкурентные преимущества низкого порядка (недолговечные);
- 2) конкурентные преимущества высокого порядка (долговечные).

Преимущества низкого порядка	Преимущества высокого порядка
<ul style="list-style-type: none"> • Дешевая рабочая сила • Дешевые материальные ресурсы • Дешевые здания и оборудование • Дешевые финансовые ресурсы: <ul style="list-style-type: none"> - льготно низкие цены - приобретения товара для перепродажи 	<ul style="list-style-type: none"> • Уникальная продукция • Уникальная технология • Уникальные специалисты • Уникальные связи • уНИКальные ресурсы • Знаменитый бренд

Рис. 8.7. Типы конкурентных преимуществ, которыми может обладать фирма

Если фирма имеет конкурентные преимущества низкого порядка, т. е. может пользоваться дешевыми ресурсами производства, то это позволяет ей продавать свои товары по более низким ценам, чем у конкурентов, и потому побеждать в борьбе за деньги покупателей. Но такие преимущества, как правило, недолговечны — либо эти ресурсы могут подорожать, либо их перекупят более богатые фирмы-конкуренты.

Куда более устойчивы во времени конкурентные преимущества высокого порядка — все то, что у фирмы может быть уникальным: от продукции до торговой марки (бренда). Используя эти преимущества, фирма может успешно продавать свои товары не только потому, что они дешевле, чем у конкурентов, но и потому, что больше нравятся покупателям в силу особых свойств этих товаров (обеспечить которые конкуренты не могут) или хорошей репутации фирмы-изготовителя.

Посчитаем — подумаем

В ноябре 2002 г. московская фирма «ТЕХНОСИЛА» предлагала своим покупателям различные музыкальные центры, в том числе центры производства фирм AWA и SONY. Как видно из данных табл. 8.2, эти центры были близки между собой по свойствам (у центра SONY была только чуть большая мощность звука), и, более того, центр фирмы **AWA** был даже «богаче» по свойствам. Но при этом цена на музыкальный центр производства фирмы SONY была в 1,5 раза выше.

Причина такой разницы в ценах легко понятна — бренд SONY куда более почитаем российскими покупателями, чем бренд AWA, а потому покупатели легче соглашаются платить за SONY более высокую цену, чем за AWA.

Между тем многие эксперты говорят, что товары под брендом AWA иногда лучше и разнообразнее по возможностям, чем аналоги под брендом SONY. Более того, бренд AWA принадлежит корпорации SONY и оба музыкальных центра, вполне возможно, вообще производились на одном заводе. И тем не менее знаменитый бренд SONY давал возможность продавать товары, представляющие этот бренд, существенно дороже.

Таблица 8.2

Товар	Цена, у. е.
Aiwa XR-MD90 музыкальный центр Ультрамикросистема. Мощность 2X20BT(RMS). Линейный вход/выход, Subwoofer выход, цифровой тюнер FM/AM (FM=87,5-108MnZ), память на 32 станции, RDS, мини-диск-дека (20-20000Hz), CD-плеер (20-20000Hz), BBE/T-BASS, эквалайзер (rock/pop/jazz), часы, таймер, пульт ДУ	305.00
Sony CMT-SD1 (MDS) музыкальный центр Мини-система. Мощность 2X25BT(RMS). Цифровой тюнер FM/AM, RDS, CD-плеер на 1 CD, мини-диск-дека, часы/таймер, пульт ДУ. 2-полосная акустическая система	520.00

Понимая, какие у его фирмы имеются конкурентные преимущества, предприниматель (или менеджер) может затем выбрать тот способ, с помощью которого он будет наращивать прибыль фирмы. Для этого, как видно на рис. 8.8, у них есть 3 инструмента:

- 1) издержки производства товара;
- 2) ценность товара для покупателей;
- 3) цена товара для покупателей.

Управляя этими инструментами, руководитель фирмы может как бы растягивать треугольник и соответственно увеличивать кружок «Прибыль» внутри него. Скажем, если фирма имеет конкурентные преимущества низкого порядка или ее менеджеры умеют хорошо добиваться снижения издержек производства, то фирма может увеличивать прибыль за счет экономии издержек, что — даже при том же самом уровне цены — будет приносить ее владельцам больше прибыли.



Рис. 8.8. Три инструмента управления прибылью фирмы

Напротив, если фирма имеет конкурентные преимущества высокого порядка и ее конструкторы, дизайнеры и рабочие способны создавать товары с высокой ценностью (т. е. высококачественные и очень нравящиеся покупателям), то фирма «растягивает треугольник» за углы «ценность» и «цена», т. е. продает товары по более высокой, чем прежде, цене, и добивается за счет этого роста прибыльности продаж и массы прибыли.

§ 29. Экономическое обоснование предпринимательского проекта

Создавая новое дело, предприниматель не может полагаться только на свой опыт и интуицию. Нужен еще и экономически обоснованный проект развития бизнеса.

Не будем забывать, что создание или развитие коммерческой деятельности в рыночной экономике не всегда гарантирует обогащение. Не менее реальна и опасность лишиться как вложенных в дело денег, так и личного имущества, которое может быть конфисковано по решению суда в счет погашения долгов.

Во всем мире, например, подавляющая часть новых предпринимателей разоряется, и довольно быстро. В США как-то подсчитали, что у

них ежегодно свое дело начинают 600 тыс. новых предпринимателей, из которых только половине удастся не разориться хотя бы на протяжении первых 18 месяцев и лишь 1 из 5 — на протяжении первых 10 лет. Исследования зарубежных специалистов показывают, что основными причинами неудач мелкого, в том числе семейного, предпринимательства являются:

1) неспособность вести дела в силу физических, моральных или интеллектуальных причин (более 40% неудач);

2) отсутствие управленческого опыта (15—17% неудач) — человек никогда раньше не руководил каким-либо делом и не умеет этого делать;

3) недостаточность жизненного опыта и знаний (15—17%) — предприниматель знает только один аспект своей будущей деятельности (обычно производственный), но мало осведомлен, например, в вопросах маркетинга, финансирования, снабжения и т. п.;

4) отсутствие профессиональных навыков (13—15% неудач) — человек берется за дело, специфику которого он не знает (человек, открывающий магазин, например, никогда раньше не стоял за прилавком).

Глубинная же причина неудач — плохая подготовка к созданию фирмы, неквалифицированный прогноз своей будущей деятельности. Не промоделировав свою будущую деятельность и не подготовив для нее бизнес-план, предприниматель оказывается неподготовленным к тем неприятностям, которые могут подстергать его на пути к успеху. Он начинает лихорадочно импровизировать, и чаще всего это кончается печально. Составление же бизнес-плана позволяет снизить риск такой неудачи — хотя и не дает стопроцентной гарантии успеха.

Составление грамотного бизнеса, реально помогающего снизить опасность провала нового бизнеса, — дело непростое, требующее нередко помощи профессиональных консультантов или изучения специальных пособий¹. Но, как минимум, начиная новое дело, нужно оценить условия достижения его безубыточности и понять — способны ли вы их выполнить?

Определение условий безубыточности бизнеса осуществляется путем расчета точки безубыточности, т. е. того объема продаж, при котором выручки хватит на покрытие всей суммы как переменных, так и постоянных издержек.

¹ Некоторые пособия по этой теме можно найти в свободном доступе в Интернете, например, по адресам: <http://i2r.riisnind.ru/static/297/>; <http://www.devbusiness.ru/startup/busplanning.htm>.

Способы решения этой задачи мы рассмотрим на числовом примере, используя для расчета безубыточного объема производства (точки безубыточности) следующую формулу:

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

где *BEP* — точка безубыточности (break-even point), т. е. минимальный объем производства и продаж, обеспечивающий покрытие выручкой от продаж всех затрат фирмы;

FC — общая сумма постоянных затрат на обеспечение деятельности фирмы (аренда помещения, зарплата менеджеров и т. п.);

P — цена единицы товара;

VC — переменные (прямые) издержки производства единицы товара.

Посчитаем — подумаем

Предположим, что условно-постоянные расходы, связанные с организацией нового дела или реализацией проекта выпуска нового изделия, составят 40 000 руб. Условно-переменные же затраты на изготовление единицы товара будут равны 60 руб. Отталкиваясь от этих двух чисел, попробуем ответить на вопрос: «Сколько надо изготовить изделий, чтобы возместить, наряду с переменными, и всю сумму условно-постоянных затрат и достичь безубыточности бизнеса?»

Ответ будет зависеть от того, по какой цене будет продаваться товар. Но мы еще не приняли окончательного решения о цене, а потому просто проверим различные варианты цен и посмотрим, что они нам дадут. Для удобства данные такого вариантного анализа приведены в табл. 8.3.

Таблица 8.3

Анализ влияния различных вариантов цен
на достижение безубыточности производства

Цена, руб.	Сумма, идущая на покрытие условно-перемен- ных затрат, руб.	Сумма, идущая на покрытие условно-постоян- ных затрат, руб. (гр.1- гр.2)	Число изделий, необходимое для возме- щения всей суммы условно-постоянных затрат
1	2	3	4
100	60	40	1000
110	60	50	800
120	60	60	667
140	60	80	500

Из табл. 8.3 видно, что объем выпуска, необходимый для достижения безубыточности, при цене товара в 100 руб. составляет 1 000 штук, а при повышении цены на 40%, до 140 руб., сокращается вдвое — до 500 штук. Казалось бы, решение об установлении цены в 140 руб. напрашивается само собой. Но не будем спешить, ведь надо еще учесть состояние рынка, а точнее — эластичность спроса на данный товар от его цены.

Предположим, что исследования рынка вашего товара позволяют полагать, что при цене 140 руб. можно надеяться продать в лучшем случае 100 изделий. При снижении цены до 120 руб. возможный объем реализации подсказывает до 800 изделий. При цене 110 руб. продажа может возрасти до 900 изделий, а при цене 100 руб. — до 1000 изделий. Сопоставим теперь эту информацию с данными табл. 8.3 и построим еще одну таблицу, призванную помочь нам в выборе наиболее разумного решения о цене товара и объемах выпуска (табл. 8.4).

Таблица 8.4

Зависимость цены от затрат и эластичности спроса от цен

Цена, руб.	Возможный сбыт	Число изделий, при котором достигается безубыточность, шт.	Число изделий, которые будут приносить прибыль, шт. (гр.2 - гр.3)
1	2	3	4
100	1000	1000	0
110	900	800	100
120	800	667	133
140	100	500	убытки

С ее помощью нетрудно понять, что — при вашем уровне затрат и существующей рыночной ситуации — наиболее разумной будет коммерческая стратегия, предполагающая выпуск 800 единиц товара и реализацию их по цене 120 руб. за штуку. В этом случае вам удастся добиться наибольшего числа изделий, продажа которых принесет и чистую прибыль, а не только обеспечит возмещение постоянных и переменных издержек.

Именно такого рода расчеты образуют сердцевину бизнес-плана и именно они помогают существенно снизить риск провала нового бизнеса, который создает предприниматель. И если предприниматель имеет определенные способности, т. е. предпринимательский талант, и может

быстро подстраиваться под реальное развитие событий, то у него появляются неплохие шансы стать самостоятельным бизнесменом и превратить свою предпринимательскую идею в процветающую фирму.

§ 30. Где и как фирмы получают деньги для своего развития

Для того чтобы фирма могла успешно развиваться и увеличивать масштаб своих операций, а значит, получать все больше доходов, в нее нужно вкладывать (инвестировать) дополнительные денежные средства. Это позволяет приобретать больше оборудования, больше сырья и материалов, нанимать больше рабочих, а за счет этого — производить и продавать все больше товаров или услуг. И очень часто вкладывать нужно больше, чем у фирмы сейчас есть свободных денег.

Отсюда у владельцев и менеджеров фирмы возникает потребность добыть для инвестирования в рост бизнеса дополнительные средства. Но где их взять?

Реально фирма может получить для своего развития денежные средства двух типов:

- 1) заемный капитал (подробнее об этом мы будем говорить далее);
- 2) собственный капитал.

Заемный капитал (кредит) — денежные средства, которые предоставлены фирме в пользование на строго фиксированное время и под установленную в договоре займа плату.

Собственный капитал — денежные средства, которые предоставляются фирме в обмен на право совладения ее имуществом и доходами, а потому, как правило, не подлежат возврату и приносят доход, зависящий от итогов работы фирмы.

Срок пользования заемным капиталом (кредитом) может быть весьма различным: от нескольких дней до нескольких лет, но во всех случаях фирма обязана вернуть владельцу денег (кредитору) всю одолженную у него сумму плюс плату за пользование ею (процент).

Собственный капитал, напротив, предоставляется фирме в пользование без ограничения срока, а в некоторых случаях и без фиксации платы, которую владелец инвестиций хотел бы получить в обмен на вложенные им средства. Само название этой разновидности капитала говорит о том, что полученные таким образом средства становятся частью собственного имущества фирмы, а инвестор — ее совладельцем.

Поэтому на рис. 8.9 два сегмента рынка капитала (кредитный рынок и рынок облигаций) закрашены более темным цветом — отсюда может быть получен только заемный капитал. Напротив, рынок акций оставлен незакрашенным — из этого сегмента рынка капитала фирма может получить собственный капитал.



Рис. 8.9. Устройство рынка капитала

Кредитный рынок. Эту часть рынка капитала обслуживают коммерческие банки. Более подробно см. гл. 17. Поэтому здесь ограничимся лишь указанием на то, что капитал, привлекаемый с кредитного рынка, носит характер заемного, причем фирма может получить его на срок от нескольких месяцев (краткосрочный кредит) до нескольких лет (долгосрочный кредит).

Основным источником средств, которые банки направляют на кредитование фирм, являются сбережения семей. В зависимости от типа банковской системы страны эти сбережения регистрируются на специальных сберегательных счетах и принимаются либо:

- 1) всеми банками страны;
- 2) только специальными сберегательными банками, которые затем сами одалживают их другим (инвестиционным) банкам, а те уже кредитуют фирмы.

Сегодня кредитный рынок России играет относительно малую роль в обеспечении производственных фирм страны денежным капиталом, так как:

- 1) коммерческие банки России в основной своей массе еще недостаточно велики для таких программ кредитования. Так, в список 1000 са-

мых крупных банков мира в 2000 г. входили лишь 5 отечественных банков. По размеру капитала они заняли в этом почетном списке следующие места: Внешторгбанк — 222-е (в 1994 г. — 425-е), Сбербанк — 301-е (388-е), Газпромбанк — 415-е (6416-е), Сибинбанк — 708-е (728-е), МДМ-банк — 814-е. В то же время в этом списке было 250 банков США и более сотни банков Японии (при этом 8 японских банков входили в десятку самых крупных банков мира);

2) кредиты отечественных банков слишком дороги для большинства отечественных предприятий, уровень прибыльности которых недостаточно высок, чтобы привлекать заемные средства на требуемых банками условиях (об объективных факторах, определяющих эти условия, мы будем говорить ниже);

3) банки предпочитают кредитовать только те фирмы, которые имеют дело с экспортом сырья или быстро завершающимися торговыми операциями на внутреннем рынке: здесь и уровень прибыльности выше, и меньше опасность неплатежей, из-за которых может сорваться возврат кредита.

Рынок облигаций. Фирмы могут привлечь средства также путем продажи особого типа ценных бумаг — облигаций.

Облигация — ценная бумага, удостоверяющая, что ее владелец одолжил некоторую сумму фирме или государству, выпустившим облигацию, и имеет право получить спустя определенное время свои деньги назад вместе с премией, величина которой также фиксируется при продаже облигации.

Капитал, привлекаемый с помощью облигаций, также носит характер заемного. Облигации несколько удобнее для фирмы, чем банковские ссуды: здесь условия заимствования предлагает она сама и потому есть шанс, что эти условия в итоге окажутся более выгодными фирме, чем при обращении в банк. В России (в отличие от стран Европы, США и Японии) рынок облигаций и вообще долговых обязательств фирм развит крайне слабо, и его перспективы будут зависеть от темпов «выздоровления» отечественных фирм и того, какое доверие они смогут завоевать у инвесторов.

Государственные инвестиции. Этот сегмент рынка капитала закрашен на рис. 8.9 по-особому, и на то есть серьезная причина. Выше мы установили, что единственными настоящими владельцами сбережений и соответственно единственными реальными инвесторами в экономике рыночного и смешанного типа являются семьи граждан страны.

Но в такой экономике переходного типа, как российская, государство выступает не только как активный, но и, более того, как один из крупнейших инвесторов.

Например, даже после начала рыночных реформ — в середине 90-х годов XX в. — почти 1/3 всех инвестиций в экономику России осуществлялась государством. При этом часть инвестиций государства носила характер собственного капитала, а часть — капитала заемного. Напротив, доля средств населения, которое должно быть главным инвестором, крайне скромна — всего 4%. При этом инвестиции населения преимущественно были направлены не в коммерческие фирмы промышленности или других отраслей, а в индивидуальное жилищное строительство. Это свидетельствует, в частности, о крайне слабом развитии в нашей стране такого важного сегмента рынка капитала, как рынок акций.

Акция — ценная бумага, выдаваемая инвестору в обмен на полученные от него денежные средства для развития фирмы и подтверждающая его права как совладельца имущества фирмы и ее будущих доходов.

Рынок акций. Акция как инвестиционный товар (т. е. товар, приобретаемый ради получения дохода в будущем) обладает некоторыми важными качествами:

1) она удостоверяет права ее владельца на долю в имуществе частной фирмы, выпустившей эту ценную бумагу, и участие в управлении ее деятельностью (если инвестор купил обыкновенную акцию). Эти права даются владельцу ценной бумаги в обмен на деньги, полученные фирмой при продаже своей ценной бумаги;

2) если компания разорится, к владельцу ценных бумаг нельзя предъявить никаких претензий: он потеряет лишь ту сумму, на которую купил такие бумаги;

3) если компания будет ликвидирована, то из выручки от распродажи ее имущества владельцу ценной бумаги (например, обладателю акций — акционеру) будет возвращена сумма, соответствующая его доле в капитале фирмы;

4) в качестве компенсации за риск потери денег, вложенных в дело, акционер обретает право на получение части прибылей фирмы, которые будут заработаны ею в будущем — после увеличения капитала за счет использования денег акционеров. Такие выплаты акционерам из прибыли фирмы обычно называют дивидендами (от англ. *divide* — «делить»).

Дивиденды — часть чистой прибыли акционерной фирмы, которая выплачивается ее акционерам пропорционально стоимости принадлежащих им акций.

Большинство акций выпускается в форме обыкновенных ценных бумаг — обыкновенных акций.

Обыкновенная акция — ценная бумага, владелец которой имеет право на участие в управлении акционерным обществом и получение части его чистой прибыли.

Размер дивиденда по таким акциям зависит от реально полученной фирмой величины чистой прибыли (т. е. прибыли после уплаты налогов государству). Это означает, что, чем больше прибыль фирмы, тем больше дивидендов могут получить акционеры. Например, московская кондитерская фирма «Красный Октябрь» выплатила по итогам 1994 г. дивиденды в размере 170% стоимости каждой акции. Но когда прибыль мала, пообычным акциям дивиденды могут вообще не выплачиваться — фирма не обязана этого делать, если на этом не настаивают сами владельцы большинства акций.

Но некоторых владельцев сбережений такая неопределенность перспектив не устраивает. Чтобы добиться получения денежных средств и от таких инвесторов, предприниматели придумали еще одну форму ценных бумаг — привилегированные акции. По ним акционеру гарантировано ежегодно выплачивается определенная доля чистой прибыли фирмы (то, что у нее остается после уплаты налогов).

Привилегированная акция — ценная бумага, владелец которой имеет право на дивиденды фиксированной величины независимо от того, сколько чистой прибыли фирма получила реально, но не имеет права участвовать в управлении ею.

Надо иметь в виду, что кроме дивидендов акционер может получить выгоду и за счет роста стоимости принадлежащих ему бумаг. Такой рост достигается в случае, если владелец сбережений купил акции фирмы, которая успешно повела свои дела и разбогатела. Значит, разбогател и акционер: ведь он владеет фиксированной долей имущества фирмы. Если общая стоимость имущества фирмы растет, то возрастает и стоимость той части имущества, которой владеет акционер.

При этом очень важно понимать, что речь идет не столько о стоимости имущества фирмы, как ее определяют бухгалтеры, сколько о рыночной стоимости фирмы. А она зависит главным образом не от того, сколько было потрачено денег на приобретение всего имущества фирмы, а от того, какую величину прибыли фирма в будущем может принести своим владельцам.

Посчитаем — подумаем

Представим, что на рынке верхней одежды образовался дефицит женских пальто, и вы приняли решение создать фирму, которая будет шить такие пальто. Для организации производства вам надо приобрести швей-

ные машины. Их покупка требует денежного капитала в сумме 12 млн руб. Если вы его получите, то пошив пальто может принести вам в будущем году чистую прибыль в сумме 3,5 млн руб.

Привлечь деньги вы решили путем выпуска 1 тыс. акций по цене 12 тыс. руб. каждая. А через год вы планируете фирму ликвидировать, поскольку дефицит пальто исчезнет и работать на этом рынке станет невыгодно.

Согласятся ли инвесторы купить ваши акции, выпущенные под такой проект?

Очевидно, что они пойдут на этот шаг лишь в том случае, если при ликвидации вашей фирмы через год они сумеют вернуть все свои вложенные средства и получить доход, по крайней мере, не ниже, чем в альтернативных вариантах инвестирования. Для простоты условимся, что альтернативный вариант вложения средств всего один — деньги можно поместить на сберегательный счет в банке. И это даст годовой доход в размере 10% суммы вклада, т. е. первоначальная сумма вклада возрастет за год в 1,1 раза.

В вашем проекте акционеры через год смогут получить выручку от продажи ранее купленных швейных машин (допустим, что их удастся продать за 10 млн руб.) плюс чистую прибыль, которую фирма за этот год заработает. Итого 13,5 млн руб.

Чтобы владеть такой же суммой (С) при помещении сбережений в банк, инвесторам пришлось бы открыть сберегательные счета на сумму X — такую, чтобы было справедливо уравнение:

$$X \times 1,10 = 1,35.$$

Отсюда X равен:

$$X = 13,5 : 1,10 = 12,7 \text{ млн руб.}$$

Однако в вашем проекте они получают 13,5 млн руб., вложив не 12,7 млн руб., а всего 12 млн руб. Следовательно, инвестировать сбережения в ваш проект им в 1,058 раза (12,7 млн руб./12 млн руб.) выгоднее, чем просто поместить деньги в банк.

А отсюда мы можем сделать очень важный вывод: даже если бы инвесторы купили ваши акции не по 12 тыс. руб., а по 12,696 тыс. руб. (12 тыс. руб. \times 1,058), они бы не прогадали — доходность такого вложения средств была бы точно равна доходности банковских вкладов. Следовательно, на рынке акций ваши ценные бумаги могут быть куплены инвесторами — без проигрыша в доходе — по цене, близкой к 12,696 тыс. руб.

Соответственно рыночная стоимость вашей фирмы (как сумма рыночных цен всех ее акций) составит 12,696 млн руб., а не 12 млн руб.

Если фирма ведет дела умело и получает большие прибыли, то рыночная цена ее акций (ее обычно называют курсом акций) может подняться значительно выше той номинальной суммы, которую акционеры некогда реально уплатили за право владеть такими ценными бу-

магами. Поэтому владение акциями может быть довольно выгодным делом.

Курс акций — рыночная цена акций, складывающаяся при их свободной перепродаже на рынке ценных бумаг.

Например, курс акций известной американской компьютерной фирмы ИБМ за 33 года вырос в 156 раз, а владение ими принесло акционерам по 38 долл. дивидендов на каждый доллар, потраченный некогда на покупку этих ценных бумаг.

Да и на российском фондовом рынке такие случаи тоже известны. Так, акция нефтяной компании «ЛУКойл» имела при первичной продаже акционерам в 1994 г. номинал 125 руб. (именно такую акцию можно было получить за один ваучер). А в апреле 1995 г. эту же акцию можно было продать за 100 тыс. руб., т. е. в 800 раз дороже номинала акции! Даже с учетом обесценения рубля за время с момента выпуска акций это все равно принесло акционерам «ЛУКойл» большие деньги.

Изменение курсов акций определяется двумя основными факторами:

- 1) ожидаемой будущей доходностью фирмы;
- 2) спекулятивной игрой на рынке акций, основанной на различных представлениях его участников об ожидаемой будущей доходности фирмы (ведь абсолютно точно предсказать ее не в состоянии никто).

Исключить элемент неопределенности в оценке реальной ценности акций и связанные с этим спекуляции невозможно, что делает рынок акций очень привлекательным для махинаций. Именно в силу этого в странах с давними традициями развития акционерных фирм и рынка ценных бумаг торговля ими регулируется строгими государственными законами и правилами, которые принимают сами участники рынка.

Причина такого регулирования рынка проста: если он станет слишком опасным из-за неограниченных махинаций, то рядовые инвесторы просто будут бояться покупать акции. И тогда рынок умрет.

Поэтому лучше несколько ограничить возможности азартной игры (а коммерческие спекуляции представляют собой именно разновидность азартных игр), но зато сохранить доверие владельцев сбережений к рынку ценных бумаг и возможность для его участников зарабатывать огромные деньги, играя на нем.

Но в странах, где рынок акций только рождается, где регулирующие его законы еще отсутствуют, а государство недостаточно защищает интересы акционеров, ситуация для владельцев сбережений крайне опасна. Всегда находятся ловкие дельцы, использующие хитроумные методы для обмана тех владельцев сбережений, которые экономически ма-

логармотны и не способны разобраться — предлагают ли им вложить деньги в реально интересный бизнес-проект или в очередную «пирамиду» с заоблачно высокой прибыльностью.

Надо признать, что отечественный рынок ценных бумаг (его чаще называют фондовым рынком, подразумевая, что здесь торгуют денежными фондами) вообще сейчас только формируется. Он еще очень хрупок и слабосилен: более или менее регулярно продаются и покупаются акции лишь нескольких десятков российских фирм. И развитие этого рынка требует всемерной поддержки государства, так как от успешности такого развития зависит судьба всей российской промышленности — и соответственно занятость и доходы миллионов россиян.

Дело в том, что очень многие промышленные предприятия смогут выжить только в том случае, если получат крупные суммы капитала для реконструкции и преобразования своей структуры. Между тем необходимые суммы есть только у граждан страны. Привлечь эти сбережения для инвестиций в отечественную экономику возможно с помощью эмиссии акций и продажи их гражданам на фондовом рынке.

Но это произойдет только в том случае, если люди поверят в отечественный фондовый рынок и убедятся в его способности обеспечить ликвидность принадлежащих им акций, т. е. возможности продать их в любой момент.

Основные выводы

1. Для создания фирмы ее владелец приобретает активы, с помощью которых затем ведет коммерческую деятельность. Но успех фирмы определяется не величиной ее активов, а эффективностью менеджмента и экономической рациональностью вложения денег в приобретение активов. Оба эти условия выполняются только в том случае, если рынок признает созданную фирмой добавленную стоимость. Только в этом случае рыночная стоимость фирмы растет, а ее владельцы обогащают, т. е. получают выгоду от вложения своих денег в этот бизнес.

2. Успех фирмы достигается только в том случае, если фирма в выборе своих товаров и услуг идет от нужд платежеспособных покупателей, а не просто воспроизводит ту продукцию, которую она изготавливала раньше с помощью имеющихся у нее активов. При этом менеджер не может механически строить цены на изготавливаемые его фирмой товары на базе издержек, но должен стремиться управлять издержками исходя из цен, которые эта фирма может получить за такие товары на рынке.

3. Создание нового бизнеса всегда сопряжено с риском потери вложенных в него денежных средств и потому требует тщательной подготов-

ки. В рамках такой подготовки необходимо не только тщательно оценить имеющиеся у нового бизнеса конкурентные преимущества и возможности их развития в будущем, но и просчитать основные экономические условия достижения успеха. Это предполагает правильный выбор цены на товары фирмы и расчет условий достижения ею безубыточности своих операций.

Контрольные вопросы

1. Компания «АЗЛК» хотела, чтобы за ее автомобили покупатели платили 5—8 тыс. долл., но не смогла добиться продаж. В то же время компания «Форд», построив в 2002 г. в г. Всеволожске свой завод по выпуску автомобилей «Форд-Фокус», начала продавать их по куда более высокой цене — от 10 900 до 15 000 долл. — и была завалена заказами. Почему проект выпуска «Фордов» оказался более успешным, чем проект выпуска «Москвичей», несмотря на более высокую цену автомобилей из Всеволожска?

2. В чем слабость продуктивно-затратного подхода к управлению компанией?

3. К чему стремится грамотный менеджер, управляя ценами и издержками руководимой им компании?

4. Почему падение величины добавленной стоимости, получаемой фирмой, создает угрозу ее будущему существованию?

5. Что надо анализировать предпринимателю или менеджеру, когда они выбирают маркетинговую стратегию для своей фирмы?

6. Почему для будущего российского бизнеса так важно сохранить высокий уровень образования в нашей стране?

Вопросы для обсуждения

1. Почему многие российские фирмы в последние годы так много тратят денег на рекламу своих торговых марок (брендов)? Зачем им это надо?

2. Почему правительство страны сочло необходимым выделить из бюджета деньги на финансирование «Президентской программы подготовки управленческих кадров»? В чем значимость такой программы для экономики России?

Почему рыночная стоимость компании «Вимм-Билль-Данн», где работают 11 тыс. человек, больше, чем у АвтоВАЗа, где работают 110 тыс. человек?

ГЛАВА 9.

МОНОПОЛИЯ И ЗАЩИТА КОНКУРЕНЦИИ

Цена монополии во всех случаях является самой высокой из тех, которые можно выжать из покупателей или которые, как предполагается, они согласятся заплатить.

Адам Смит

Несколько лет назад в составе Правительства России появилось новое министерство — по антимонопольной политике. Зачем его создали и чем оно полезно стране?

Чтобы понять это, надо разобраться в том, как на рынках появляются фирмы-монополисты и что происходит потом.

§ 3 1 . Поведение фирмы в условиях монополии

Анализируя в предыдущей главе развитие событий на рынке, где появилась фирма — несовершенный конкурент (т. е. кандидат на роль монополии), мы видели, что это поначалу выгодно покупателям: ведь борьба за рынок привела к снижению равновесной цены. Но представим себе, что «Копи-Арт» добилась своего: при пониженном уровне цен мелкие копировальные мастерские разорились и пункты «Копи-Арт» стали единственным местом в городе, где можно заказать ксерокопии. Что произойдет затем?

Став на рынке монополистом, фирма, конечно, будет вести себя так, как это ей наиболее выгодно.

Посчитаем — подумаем

Допустим, что в бухгалтерской документации «Копи-Арт» содержатся следующие данные о результатах и условиях ее деятельности (табл. 9.1).

Обратим внимание прежде всего на колонку 3 таблицы — «Общий доход от продаж».

Общий доход от продаж равен произведению количества выполненных копий на цену одной копии (данные из А, умноженные на данные из Б). Поскольку несовершенный конкурент имеет дело с рыночной кривой спроса (а спрос на копии — эластичный), он может получить большее число заказов лишь при снижении цены за 1 лист копий (не забудем при

этом, что все заказы принимаются по одной цене). Тем не менее снижение цены сопровождается ростом общего дохода от продаж копировальных услуг. И потому «Копи-Арт» на первый взгляд выгодно все больше наращивать объем своей деятельности.

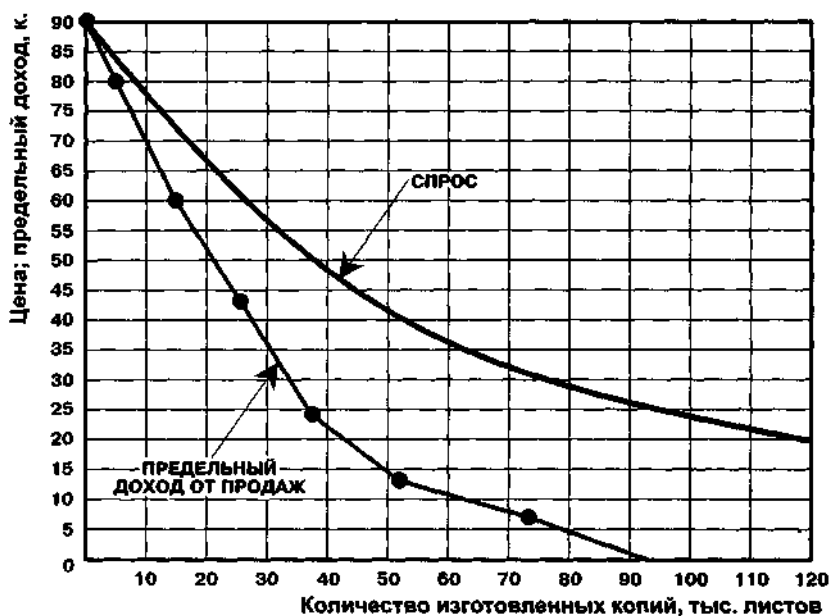
Таблица 9.1

Цена за 1 лист копии, руб.	Количество заказов в день, листов	Общий доход от продаж, руб. (гр.1хгр.2)	Фактический предельный доход от продаж, руб.	Предельный доход от продаж в пересчете на 10 тыс. листов копий	Предельный доход от продаж в пересчете на 1 лист
1	2	3	4	5	6
0,9	0	0			
			8000	8000	0,8
0,8	10 000	8000			
			6000	6000	0,6
0,7	20 000	14 000			
		5000	4310	0,43	
0,6	31 600	19 000			
			3000	2419	0,24
0,5	44 000	22 000			
			2000	1250	0,13
0,4	60 000	24 000			
			2000	749	0,07
0,3	86 700	26 000			
			-2000	-600	-0,06
0,2	120 000	24 000			

Но обратимся теперь к гр. 4 — «Фактический предельный доход от продаж». Данные в ней определяются очень просто — как разница между величинами общего дохода от продаж при разных уровнях цен, деленная на прирост объема продаж (например, при снижении цены за лист с 0,6 до 0,5 руб. выручка возрастает с 19 тыс. до 20 тыс. руб. и соответственно предельный доход будет равен 3 тыс. руб.). Поскольку это разностные величины, то в таблице они напечатаны со сдвигом на одну строчку вниз — как бы в промежутке между двумя уровнями цен. Для

удобства дальнейшего исследования можем пересчитать предельный доход на 10 тыс. листов копий (гр. 5). Для этого мы просто поделим предельный доход из гр. 4 на реальный прирост числа изготовленных копий и умножим на 10 тыс. листов (например, предельный доход в 3 тыс. руб. был получен за счет изготовления дополнительно 12,4 тыс. копий — это разница между 44 и 31,6 тыс. копий, изготовленных соответственно при ценах за лист 0,6 и 0,5 руб.; значит, на 1 тыс. листов предельный доход составил $(22\ 000 - 19\ 000)/(44\ 000 - 31\ 600/1000) = 0,2419$ руб., что при умножении на 10 тыс. листов дает 2419 руб.).

Как видим, если общий доход от продаж неуклонно растет, то предельный доход от продаж ведет себя прямо противоположным образом — он снижается. И если мы возьмем данные о величинах предельного дохода в расчете на 1 лист копий (чтобы иметь дело с тем же масштабом цифр, что и уровни цены) и нанесем их на график спроса, то получим следующую картину (рис. 9.1).



Как видим, для кривой предельного дохода характерно то, что она:

- показывает падение предельного дохода при снижении цен и росте объемов продаж;
- проходит ниже кривой спроса, т. е. при одном и том же объеме продаж предельный доход оказывается в расчете на единицу товара ниже, чем цена, которую при этом объеме продаж получает фирма.

Причина тому — сокращение выручки от реализации единицы товара при снижении цен (несмотря на рост числа проданных товаров или услуг). Так, из приведенной выше таблицы видно, что, снизив цену, скажем, с 0,7 руб. за лист до 0,6 руб., «Копи-Арт» смогла увеличить число принятых ею заказов на 11,6 тыс. в день (с 20 до 31,6), а общую выручку — с 14 до 19 тыс. руб. Но при этом за первые два десятка тысяч копий она получила лишь 12 тыс. руб., тогда как при прежней цене 0,7 руб./лист этот же объем выполненных работ приносил ей доход от продаж в размере 14 тыс. руб.

Следовательно, прирост общей величины дохода от продаж при новом уровне цен сложился как результат:

- получения дохода от продаж дополнительного объема услуг (11,6 тыс. листов \times 0,6 руб./лист = 6,96 тыс. руб., округленно 7 тыс. руб.);
- сокращения дохода от продаж прежде достигнутого количества товаров (услуг) по новой, более низкой цене (эту величину мы получаем умножением прежнего количества реализованных товаров на разницу в ценах, т. е. 20 тыс. листов \times (0,7 — 0,6) руб./лист = 2 тыс. руб.).

Как легко убедиться, вычитание из 7 тыс. руб. дополнительного дохода (от прироста продаж услуг) суммы в 2 тыс. руб., потерянной на прежнем объеме реализации (по сравнению с реализацией по ранее действующим ценам), дает именно ту величину (5 тыс. руб.), на которую вырос общий доход «Копи-Арт» при снижении цены за лист копии с 0,7 до 0,6 руб.

Поэтому наращивание объема продаж за счет снижения цены реализации дает фирме все меньшее приращение ее доходов. И если мы вернемся к табл. 9.1, то обнаружим, что снижение цены с 0,3 руб. за лист до 0,2 руб. с точки зрения фирмы становится бессмысленным. В этом случае мы получим рост числа заказов до 120 тыс. листов, но это уже не дает прироста дохода от продаж. Напротив, предельный доход станет отрицательным, т. е. выручка от продаж станет меньше, чем при цене 0,3 руб.

Как видно из примера, несовершенный конкурент будет наращивать объем продаж только до тех пор, пока это будет обеспечивать ему как минимум прирост доходов. Впрочем, эта логика присуща всем фирмам и лежит в основе первого правила их разумного коммерческого поведения.

Первое правило поведения фирм: **наращивать объем выпуска стоит лишь до того момента, когда предельный доход от продаж станет нулевым.**

Раз так ведут себя все фирмы, которыми управляют экономически грамотные менеджеры, то в поведении монополиста пока не обнаруживается ничего особенно предосудительного. Однако продолжим наше расследование.

Мы знаем, что целью фирмы обычно является получение наибольшей прибыли. И монополист здесь не исключение. Напротив, именно ему эта цель присуща в наибольшей мере. После захвата рынка (каким образом — разговор особый) заботиться об увеличении своей доли на нем за счет преимущественного наращивания объемов продаж ему уже не надо. Пора пожинать плоды успеха — получать наибольшую прибыль. Но при каких условиях эта цель может быть достигнута?

Чтобы получить ответ, выполним повседневное для любого грамотного бизнесмена дело — проанализируем затраты на производство.

Посчитаем — подумаем

Предположим, бухгалтеры фирмы «Копи-Арт», поработав вместе с инженерами-технологами над экономической оценкой различных вариантов организации производства, предоставили (с разрешения директора фирмы) следующие данные (табл. 9.2).

Таблица 9.2

Цена за 1 лист копии, руб.	Количество страниц заказов в день, тыс. шт.	Общий доход от продаж (выручка), тыс. руб.	Общие затраты на изготовление данного числа заказов, тыс. руб.	Прибыль от продаж, тыс. руб.
1	2	3	4	5
0,9	0	0	5	-5
0,8	10,0	8	7	1
0,7	20,0	14	10	4
0,6	31,6	19	14	5
0,5	44,0	22	20	2
0,4	60,0	24	28	-4
0,3	86,7	26	41	-15

Для анализа полученной информации построим график, на котором будут две кривые: кривая изменения общего дохода от продаж услуг по копированию и кривая изменения общей суммы затрат на изготовление всего количества заказанных копий (рис. 9.2).

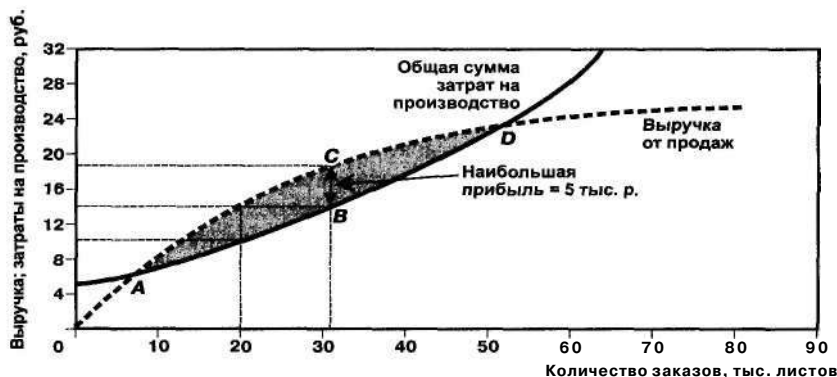


Рис. 9.2. Закономерности изменения выручки от продаж, затрат и прибыли в зависимости от уровня цен и количества проданных товаров

Как хорошо видно на рис. 9.2, вначале кривая затрат на производство может проходить выше кривой выручки от продаж, т. е. фирма будет нести убытки. В нашем примере такая участь постигла бы фирму «Копи-Арт», если бы она создала копируемые центры, потратила деньги на оснащение их техникой, закупку бумаги, наем рабочих и установила цену за 1 лист на уровне 0,9 руб. В этом случае она бы неслась затраты, но выручки при сложившемся на рынке спросе (напомним, что монополист имеет дело именно с рыночным спросом) не было бы.

Лишь при снижении цены до уровня примерно 0,8 руб/лист у «Копи-Арт» появилась бы минимальная прибыль в размере 1 тыс. руб.

Если теперь «Копи-Арт» начнет скользить вниз по рыночной кривой спроса, снижая далее цену и получая благодаря этому все большее число заказов, то прибыль ее будет возрастать. На рис. 9.2 условиям прибыльного ведения дел соответствует заштрихованная зона между кривыми выручки и затрат, расположенная между точками A и D.

Высота этой зоны равна сумме прибыли, получаемой фирмой при данном соотношении цены и объемов продаж. Например, при объеме продаж 20 тыс. листов копий в день, который достигается при цене 0,7 руб./лист, фирма «Копи-Арт» получит выручку в размере 14 тыс. руб. при затратах на изготовление копий в размере 10 тыс. руб. Следовательно, ее прибыль составит 4 тыс. руб., что соответствует данным табл. 9.2.

Наибольшую величину прибыли, как видно из данных этой таблицы, «Копи-Арт» получит в том случае, если установит цену в размере 0,6 руб./лист. Поскольку такой цене соответствует величина спроса в размере 31,6 тыс. листов в день, то выручка от оказания копировальных услуг составит 19 тыс. руб. при затратах на копирование в размере 14 тыс. руб. Это и даст «Копи-Арт» наибольшую величину прибыли — 5 тыс. руб. (на рис. 9.2 эта ситуация обозначена обоюдоострой стрелкой между точками *B* и *C*).

Вот теперь мы уже вплотную приблизились к тому, чтобы понять логику поведения монополиста.

Как мы установили вначале, анализируя данные табл. 9.1, ни в коем случае фирме «Копи-Арт» не стоит изготавливать в день более 86,7 тыс. копий. Ведь для достижения такого объема реализации ей придется соскользнуть по кривой рыночного спроса до цены ниже чем 0,3 руб. за лист. А это приведет к тому, что предельный доход от продаж станет отрицательным.

Поскольку фирма «Копи-Арт» занимается своей деятельностью ради получения наибольшей прибыли, такой результат ее не устроит ни в коем случае. Напротив, просчитывая параметры своей деятельности, способные обеспечить наивысшую прибыль, ее владельцы и менеджеры без труда обнаружат: при сложившемся на рынке спросе им выгоднее всего изготавливать копии по цене 0,6 руб./лист и не более 31,6 тыс. листов в день. Тогда прибыль с одного листа копии составит 0,158 руб. ($5/31,60$).

Именно такую политику — ограничение предложения услуг до 31,6 тыс. копий в день и взимание цены за один лист копий в размере 0,6 руб. — фирма «Копи-Арт» и выберет для себя, став монополистом на рынке копировальных услуг.

И будет она при этом действовать в соответствии со вторым правилом поведения фирм.

Второе правило поведения фирм: объем выпуска должен быть выбран таким, чтобы получить от продаж наибольшую прибыль при сложившемся на рынке спросе и уровне затрат, с которым фирма может производить товары.

Когда на рынке много фирм, которые действуют в соответствии с обоими приведенными выше правилами рационального коммерческого поведения, то в итоге (как мы уже узнали) рождается общее рыночное предложение. Именно его описывает кривая предложения.

Совсем по-иному обстоит дело, когда на рынке есть только одна фирма-монополист. У фирмы-монополиста нет своей кривой предло-

жения. Она выбирает варианты своей коммерческой политики на основе кривой рыночного спроса. Иными словами, монополист не подстраивается под условия равновесия, рождающиеся на рынке в результате взаимодействия спроса и предложения. Совсем наоборот, монополист формирует рыночное равновесие сам.

Он делает это, выбирая то соотношение цены и величины производства (соответствующей одной из точек на кривой рыночного спроса), которое может принести ему наибольшую прибыль при его уровне затрат на производство.

Раз монополист настолько могуществен, что способен проводить такую политику на практике, то он получает наилучшие условия для работы с наивысшей возможной прибылью. Добиваясь этого, монополист, как правило:

- 1) устанавливает цену выше, чем она сложилась бы на конкурентном рынке;
- 2) производит товаров меньше, чем могла бы производить отрасль в условиях совершенной конкуренции.

Таким образом, монополия означает потерю экономического равноправия производителя и покупателя. По сути дела, на таком рынке более сильный продавец вынуждает покупателя переплачивать за товары. Он устанавливает их цену выше, чем она сложилась бы в условиях свободной конкуренции при существующем уровне техники и технологии производства. Тем самым нарушается нормальная работа главного механизма рынка — механизма цен. А ведь именно механизм цен решает в условиях рыночной системы важнейшую задачу распределения ограниченных ресурсов.

Как мы уже знаем, если цены формируются в условиях совершенной конкуренции, они ставят в более выгодное положение те фирмы, которые эти ресурсы используют лучше других и у которых поэтому затраты ниже рыночной цены. Такие фирмы получают повышенную прибыль от продаж и могут за счет этого развиваться быстрее, чем их конкуренты. Значит, постепенно на их долю начинает приходиться все большая часть ресурсов, используемых для производства такой продукции. Для общества это выгодно.

Если на рынке господствует одна или несколько крупнейших фирм, то ситуация меняется. «Хозяева рынка» могут навязать ему объем продаж и уровень цен, обеспечивающий им наибольшую выгоду даже в том случае, если они используют ресурсы не лучшим образом, а их затраты выше, чем у других. Тогда механизм цен перестает работать как регулятор наилучшего распределения ресурсов — наибольший объем этих ре-

сурсов достается не фирме с самыми низкими затратами, а «хозяевам рынка».

Монополиста это совсем не тревожит: для него важнее возможность получения на захваченном рынке повышенного уровня прибыли. Однако «аромат прибыли» разносится в рыночной экономической системе очень быстро. Рынок, сформированный фирмой-монополистом к своей выгоде и потому приносящий ей повышенный доход, очень заманчив для других фирм. Естественно, что они захотят на него проникнуть и тоже получить повышенную прибыль.

Но этот рынок не был бы монопольным, если бы фирма-монополист (или группа фирм — в случае олигополии) не могла закрыть его от вторжения конкурентов со стороны и удержать свои привилегии. Как же монополисту это удастся? Попробуем в этом разобраться.

§ 32. Барьеры, защищающие монопольный рынок

Захватить рынок и стать на нем монополистом очень сложно, но удержать этот рынок в своих руках еще сложнее. Поэтому издавна монополисты научились возводить барьеры на входе в контролируемые ими рынки. Именно эти барьеры мешают проникновению на монополизированные рынки новых конкурентов и изменению там ситуации к лучшему для покупателей.

Как видно на рис. 9.3, существует несколько типов таких барьеров.



Рис. 9.3. Типы барьеров, препятствующих проникновению новых фирм на монополизированные рынки

Юридические барьеры. Вход на монополизированный рынок обычно очень сильно может быть ограничен с помощью юридических барьеров. Самыми древними формами таких барьеров были монопольные права, которые присваивались себе по праву сильными правителями и которые со временем получили название государственных монополий. Под этим именем они продолжают существовать и сегодня.

Надо сказать, что государство рождает монополию (или создает условия для нее) и тогда, когда выгоды от этого достаются преимущественно не государственной казне, а другим лицам или организациям.

Например, государство осуществляет лицензирование определенных видов деятельности, и без получения государственной лицензии такой деятельностью заниматься просто нельзя. Лицензируются, например, деятельность радиостанций и телекомпаний, нотариусов, аудиторов, банков, охота на определенные породы ценных животных (в частности, пушных), изготовление спиртных напитков или торговля ими и т. д. Итогом лицензирования является ограничение доступа желающих проникнуть в определенные сферы деятельности и, следовательно, создание предпосылок для рождения монополистов.

Конечно, лицензирование придумано не для создания монополий — оно решает совсем иные задачи (например, предотвращение фальсификации алкогольных напитков нелицензированными и потому бесконтрольными фирмами, продукцией которых люди могут отравиться). Тем не менее экономически грамотный человек не может не замечать побочных последствий лицензирования как фактора усиления монополизации.

Важнейшим видом юридических барьеров, рождающих и защищающих монополию, являются патенты на изобретения и научно-технические разработки. Роль и последствия использования патентов уже рассматривались нами выше.

Естественные барьеры. В некоторых случаях рождение монополии оказывается практически неизбежным по сугубо объективным причинам. Такие монополии называют обычно естественными, поскольку порождающие их барьеры естественны, т. е. закономерно присущи определенному рынку.

Естественная монополия — отрасль, в которой производство товара или оказание услуг сосредоточивается в одной фирме в силу объективных (природных или технических) причин, и это выгодно обществу.

Бывают такие монополии двух видов:

1) *природные монополии*. Рождение таких монополий происходит из-за барьеров для конкуренции, возведенных самой природой. Например,

монополистом может стать фирма, геологи которой обнаружили месторождение уникальных полезных ископаемых и которая купила права на земельный участок, где располагается это месторождение. Теперь никто другой это месторождение использовать не сможет: закон защищает права собственника, даже если он оказался в итоге монополистом (что не исключает регулирующего вмешательства государства в деятельность такого монополиста — об этом мы будем говорить ниже);

2) *техничко-экономические монополии*. Так условно можно назвать монополии, возникновение которых продиктовано либо техническими, либо экономическими причинами, связанными с проявлением эффекта масштаба.

Скажем, технически почти невозможно (а точнее, крайне нерационально) создание в городе двух сетей канализации, подвода газа или электроэнергии в квартиры. Не всегда рациональной оказывается попытка проложить в одном и том же городе кабели двух конкурирующих телефонных фирм, тем более что им все равно пришлось бы постоянно обращаться к услугам друг друга, когда клиент одной сети звонил бы клиенту другой.

Наиболее крупномасштабными монополиями обычно являются энергетические и транспортные, где эффект масштаба особенно подталкивает к увеличению размеров фирм ради снижения средних затрат на производство товаров. Реально это проявляется в том, что создание в таких отраслях вместо одной крупнейшей фирмы-монополиста нескольких меньшего размера может привести к увеличению затрат на производство и в итоге не к снижению, а к росту цен. А в этом общество, разумеется, не заинтересовано.

Экономические барьеры. Такие барьеры возводятся самими фирмами-монополистами или являются следствием неблагоприятной общеэкономической ситуации в стране.

Например, сегодня в России уровень монополизации многих отраслей чрезвычайно высок. Попробуем оценить масштабы данного явления количественно. Сделать это можно, например, на основе данных о средней численности занятых на одном предприятии: чем больше численность, тем, при прочих равных условиях, оно крупнее и играет большую роль на соответствующем рынке.

Если посмотреть на отечественную промышленность с этой точки зрения, то обнаружим: почти 90% промышленного потенциала страны (оборудования, ресурсов сырья, специалистов) сосредоточено на крупнейших предприятиях. А ими по российским меркам считаются заводы с численностью занятых свыше 10 тыс. человек.

Конечно, степень монополизации различается по отраслям.

Если оценивать ее по доле предприятий-монополистов в общем объеме выпуска продукции отрасли, то наиболее высока она, как видно на рис. 9.4, в химической промышленности и в черной металлургии.



Рис. 9.4. Степень монополизации отраслей российской промышленности в 1995 г. (доля предприятий-монополистов в общем числе предприятий соответствующей отрасли и ее общем объеме производства)

Добиться снижения этой гипермонополизации российской экономики крайне трудно в силу как раз общеэкономических причин, мешающих появлению тех новых фирм, которые могли бы потеснить прежних хозяев рынков.

Основными такими причинами в нашей стране в середине 90-х годов были:

- 1) высокий уровень налогов, подрывающий интерес к любой коммерческой деятельности вообще;
- 2) дороговизна нового оборудования, приводящая к росту суммы стартового капитала, без которого предприятия просто не создать;
- 3) дефицит качественного сырья, материалов и комплектующих, возникший из-за спада производства в большинстве отраслей;
- 4) отсутствие у населения собственных накоплений в размерах, достаточных для начала коммерческой деятельности.

К такого рода объективным экономическим барьерам добавлялись барьеры уже искусственные, которые возводились самими нынешними монополистами.

Это, прежде всего, различного рода ассоциации, концерны, холдинги, финансово-промышленные группы, т. е. объединения, позволяющие монополистам успешно решать задачи:

- контроля за ценами на своих рынках;

- раздела рынков;
- организации сбыта;
- выторговывания у поставщиков более выгодных условий приобретения сырья, материалов и комплектующих.

Надо сказать, что в этой области российские монополисты не изобрели ничего нового — они лишь воспользовались огромным арсеналом явных и тайных методов, с помощью которых монополисты издавна защищают себя от появления конкурентов и увеличивают размеры получаемой прибыли. Наиболее распространенные из них — это:

1) *корнер* — способ, придуманный немецкими купцами еще в XVI в. Смысл этого метода прост: купцы или производители заключают тайное соглашение о скупке или временном изъятии с рынка какого-то товара, чтобы искусственно создать его дефицит и вызвать рост цен. После чего товар из запасов выбрасывается на рынок, и участники сговора получают повышенный доход.

Например, в 1931 г. участники Международного оловянного картеля организовали корнер по олову. Они скупили огромное количество олова и создали на него ажиотажный спрос, вызвавший в свою очередь резкий рост цен. Добившись этого, участники корнера год спустя распродали свои запасы металла с огромной прибылью;

2) *поглощение* — метод, состоящий в скупке конкурирующих фирм и включении их в состав фирмы, стремящейся стать монополистом;

3) *картель* — метод, при котором заключается соглашение между изготовителями однородного товара о разделе рынка между ними и согласовании объемов продаж каждым из членов картеля. В картельном соглашении могут оговариваться единые для всех его участников уровни цен и условия продаж покупателям. Такой метод монопольного взвинчивания цен сейчас широко распространен среди российских торговых фирм;

4) *отраслевые холдинги* — метод, заключающийся в скупке контрольных пакетов конкурирующих фирм и установлении благодаря этому экономического контроля над ними с целью проведения единой монопольной политики продаж и цен;

5) *тресты* — метод, предполагающий объединение различными предприятиями своей деятельности по закупке сырья, получению финансовых ресурсов и сбыту товаров.

За свою историю человечество накопило немалый опыт столкновений с монополиями и убедилось, что они — экономическое зло. Появление монополии нарушает нормальную работу рыночных механизмов, а это вредно для интересов нации в целом. И потому большинство стран мира постепенно пришло к пониманию необходимости борьбы с монополией.

Экономика в лицах

Йозеф ШУМПЕТЕР и Джоан РОБИНСОН

В исследование проблемы монополизма в экономике особый вклад внесли два ученых: Йозеф Шумпетер (1883-1950) и англичанка Джоан Робинсон (1903-1983) — одна из очень немногих женщин в кругу выдающихся экономистов.

Й. Шумпетера можно назвать восторженным певцом предпринимательства и технического прогресса. В своей знаменитой книге «Теория экономического развития» (1911 г.) он взглянул на проблему монополий именно через призму этих двух понятий и увидел ее совсем в новом свете. Шумпетер утверждал: время старых монополий, основанных на исключительных правах на какие-то ресурсы, прошло: если они и встречаются, то главенствующей роли уже не играют.

На смену им пришли новые монополии, в основе могущества которых — достижения технического прогресса, позволяющие предложить рынку новый товар или изготавливать старый, но с меньшими затратами. Отсюда вывод: монопольная прибыль — это награда за роль пионеров технического прогресса.

Он писал: *«Без развития нет предпринимательской прибыли, без последней нет развития».*

Монополию, основанную на техническом прогрессе, Шумпетер назвал эффективной и заявил, что она полезна человечеству и с ней бороться не следует. Его работы заставили экономистов взглянуть на проблему монополий объективнее и способствовали выработке более взвешенных подходов в борьбе с монополизмом на рынках.

Дж. Робинсон, преподававшая более 40 лет в Кембриджском университете, где некогда работал Альфред Маршалл, прославилась книгой «Теория несовершенной конкуренции», вышедшей в свет в 1933 г. В ней она впервые предложила экономистам провести грань между совершенной и несовершенной конкуренцией.

Под совершенной конкуренцией Робинсон понимала ситуацию, когда продавцы и покупатели осознают общее положение на рынке, но не способны изменить соотношение спроса и предложения, а значит, и цену равновесия. В такой ситуации «невидимая рука рынка» действует в общих интересах, подталкивая и продавцов, и покупателей к выбору наиболее рациональной линии поведения.

Несовершенная конкуренция, по мнению Дж. Робинсон, складывается на рынке, где нет полной монополии одного из продавцов, но нет и совершенной конкуренции, поскольку один или несколько продавцов либо покупателей способны заметно влиять на размеры спроса или предложения, а значит, и на уровень цены.

Она также считала, что увеличение масштабов производства в одной фирме (то, что называется концентрацией выпуска товаров) — явление

экономически рациональное. Дело в том, что чем больше масштабы выпуска, тем ниже затраты на каждую единицу товара (это называется эффектом масштаба).

Однако, по ее мнению, экономическая рациональность монополии для отдельной фирмы не окупает вреда, наносимого стране в целом таким нарушением нормального рыночного механизма. Поэтому Дж. Робинсон считала монополию и несовершенную конкуренцию главными болезнями современной рыночной экономики, видя именно в них причину и безработицы, и периодических кризисов сбыта товаров.

§ 33. Методы антимонопольного регулирования

Монополизм — явление столь древнее и привычное для человечества, что, казалось бы, справиться с ним просто немислимо. Более того, некоторые экономисты (Карл Маркс и его последователи) считали, что непобедимый монополизм в конце концов просто разест изнутри экономику рыночного типа и ее надо срочно заменять на плановое государственное хозяйство под названием «социализм».

К концу XIX в. экономисты и правительства ведущих держав мира наконец тоже осознали весь масштаб опасности монополий и набрались решимости начать борьбу с ними.

Последней каплей, переполнившей чашу терпения, стали действия крупнейшей монополии США — фирмы «Стандарт Ойл» (см. «Экономика в лицах»).

В большинстве развитых стран мира борьбу с проявлениями монополизма на рынке ведет государство. При этом главными задачами антимонопольного регулирования являются ограничение власти фирм-монополистов, диктующих покупателям свои уровни цен, и защита конкуренции от подавления монополистами.

Уже самый первый антимонопольный закон (закон Шермана), отражая интересы покупателей, объявлял недействительными договоры, ограничивающие свободу торговли и ведущие к формированию монополии. Суды США стали считать монополистом любую фирму, на долю которой приходилось 50% и более продаж определенного товара (в Великобритании эта норма принята даже на более низком уровне — 33%). За попытки монополизировать рынок руководителей фирм стали наказывать лишением свободы на срок до 1 года, а сами фирмы — денежными штрафами, превышающими в 3 раза ущерб, нанесенный покупателям (а иногда применялись оба вида наказания).

Сегодня подобные законы существуют почти во всех странах мира. При этом наказанию подлежит не сама монополия как таковая, а стремление к монополизации рынка, т. е. проведению определенной экономической политики на основе монопольной власти над рынком. Основаниями для судебного преследования монополиста обычно являются искусственное завышение цен и снижение выпуска продукции. Это стандартные ходы любой компании, сумевшей разрушить на рынке своих товаров механизм совершенной конкуренции. Например, в 1961 г. правительство США доказало наличие тайного сговора о ценах (картеля) между крупнейшими электротехническими компаниями страны, в том числе «Дженерал Электрик» и «Вестингауз». Семеро руководителей фирм отправились в тюрьму, а на фирмы были наложены огромные штрафы: 2 млн долл. им пришлось уплатить в казну США, а 100 млн долл. — своим покупателям, пострадавшим от монопольного завышения цен.

Во многих странах, в том числе и в США, закон возлагает ответственность за монопольное поведение не только на фирмы, но и персонально на их руководителей. По американским законам на них могут быть наложены штрафы размером до 10 тыс. долл. При этом каждый день продолжение прежней монопольной практики после решения суда рассматривается как самостоятельное экономическое преступление и наказывается отдельно.

К числу других наиболее широко применяемых методов борьбы с монополизацией рынков относятся:

- 1) предельное упрощение процедуры создания новых фирм;
- 2) снятие всех барьеров во внешней торговле и открытие внутренних рынков для зарубежных фирм, разрушающих контроль над рынком отечественных монополистов;
- 3) принудительное разделение крупнейших фирм-монополистов на несколько более мелких и независимых друг от друга (как это было сделано некогда со «Стандарт Ойл»);
- 4) введение государственного контроля за процедурами слияния и поглощения фирм, а в некоторых случаях установление порядка, при котором поглощение и слияние возможны лишь с разрешения государства;
- 5) введение в особо сложных случаях (чаще всего это относится к естественным монополиям) прямого государственного контроля за ценами и заработной платой. Последнее связано с тем, что в определенных ситуациях профсоюзы, если они достаточно массовы, трактуются законом как монопольные продавцы на рынке труда;
- 6) наказание фирм за проведение политики ценовой дискриминации.

Ценовая дискриминация — продажа одинаковых товаров в одном и том же количестве на одном и том же рынке по разным ценам различным покупателям.

Однако некоторые формы монополии современная экономическая наука и законодательство все же считают нормальным явлением. Прежде всего, не подлежит наказанию та фирма, которая сумела захватить значительную долю рынка за счет:

- создания уникального товара;
- эффективного маркетинга;
- разработки и освоения новой технологии, позволившей существенно снизить затраты и на этой основе продавать товары по более низким ценам, не лишаясь прибыли.

Слова «не лишаясь прибыли» стоят того, чтобы обратить на них внимание. Дело в том, что одним из методов обеспечения монопольного господства на рынке является **демпинг**, также караемый по закону.

Выгода демпинга в том, что он позволяет вытеснить с рынка конкурентов и стать монополистом. А уж тогда можно взвинтить цены и с избытком компенсировать потери прибыли от продаж по демпинговым ценам.

Поэтому антимонопольные органы строго проверяют фирмы, продающие свои товары значительно дешевле, чем их конкуренты. Многие страны карают демпинговую практику и иностранных фирм-импортеров, если те пытаются таким образом проникнуть на их национальные рынки.

Конечно, граждан другой страны нельзя посадить в свою тюрьму по обвинению в нарушении антимонопольного законодательства. Но повысить цену товаров до уровня местных производителей вполне возможно. Для этого уличенные в демпинге иностранные фирмы обязывают уплатить при ввозе товаров в страну дополнительную плату.

Надо сказать, что многие российские фирмы были наказаны в результате антидемпинговых разбирательств в ряде стран Европы и в США. Их обвинили в попытке захватить рынки сбыта за счет продажи товаров по «бросовым» ценам и покарали введением повышенных импортных пошлин (иногда в размере до 100% цены).

Например, осенью 1995 г. швейные фирмы США подали жалобу на демпинг со стороны российских фирм, которые предложили на американский рынок большую партию женских пальто по смешной цене — 100 долл. Скорее всего, в действительности российские фирмы были неповинны в демпинге — просто у них были исключительно низкие затраты на производство из-за крайней заниженности заработной платы в России и относительно дешевой энергии других видов производственных ресурсов.

Но страх перед демпингом и последующей гибелью разоренных им фирм (на смену которым придет применивший демпинг монополист) столь велик, что суды зарубежных стран охотно применяют против российских фирм антидемпинговые процедуры. Тем самым они защищают своих производителей от разорения и ухода с рынка.

Впрочем, в 1995 г. право возбуждения дел по обвинению в демпинге с целью вытеснения конкурентов с российского рынка получили и отечественные фирмы. Это явилось результатом постепенно совершенствующегося в нашей стране набора методов борьбы с монополизмом.

Вести работу в этом направлении антимонопольным органам России придется еще долго, пока они найдут наиболее действенные именно для нашей страны способы поддержки конкуренции и ограничения монополистических проявлений. Ведь первые попытки регулирования деятельности монополий, предпринятые в нашей стране в 1992—1993 гг., особого успеха не принесли. Стало ясно, что особая структура российского хозяйства, о которой мы говорили выше, снижает действенность методов, вполне успешно работающих в странах с развитыми экономическими системами рыночного типа.

Вот почему весной 1994 г. правительство утвердило совершенно новую модель антимонопольной политики, предложенную в «Государственной программе демополизации экономики и развития конкуренции на рынках Российской Федерации». Отныне в России доминирующие на рынке фирмы могут быть отнесены к одной из трех категорий:

- 1) естественные монополии;
- 2) разрешенные монополии;
- 3) временные монополии.

Естественными монополиями теперь в нашей стране будут считаться отрасли или фирмы, обладающие двумя признаками:

а) они производят продукцию или услуги, которые невозможно импортировать из-за рубежа или привезти из других регионов страны;

б) они действуют на рынке, где создание конкурентной среды за счет увеличения числа фирм-производителей экономически неэффективно.

Реально в эту категорию попали такие отрасли, как электро- и теплоэнергетика, газовая промышленность, железные дороги, нефтепроводы, система водоснабжения и т. п.

Разрешенными монополиями будут считаться отрасли и фирмы, обеспечивающие нужды государства в обороне и безопасности либо производящие некоторые специфические виды продукции, где сокращение числа фирм-производителей облегчает государству контроль за качеством и продажами этой продукции.

В эту категорию попадают отрасли оборонной промышленности, а также фирмы, производящие ликероводочные и табачные изделия (акцизные товары, требующие лицензирования) и лекарства.

Временными монополиями будут признаваться отрасли и фирмы, которые оказались доминирующими производителями на рынках своих товаров в силу проводившейся ранее в стране политики укрупнения предприятий, а не благодаря большей эффективности своей работы.

Именно временные и естественные монополии и будут теперь предметом особого внимания Антимонопольного комитета Российской Федерации и правительства в целом. Хозяйственная практика последних лет убедительно показала, что именно такие фирмы и отрасли влияют на развитие отечественной экономики наиболее негативно, именно они несут большую долю вины в раскручивании маховика инфляции.

В этом нетрудно убедиться, если посмотреть на рис. 9.5, где показано, насколько быстрее росли в 1992—1996 гг. цены на продукцию или услуги естественных монополистов, чем в целом по промышленности (такая тенденция сохранялась и в последующие годы). При этом ускоренный рост цен в отраслях — естественных монополистах нельзя списать на удорожание потребляемых ими ресурсов. Так, в первом квартале 1994 г. затраты предприятий связи из-за роста цен повысились: по электроэнергии — в 1,5 раза, по материальным ресурсам — в 1,8 раза, по транспортным операциям — в 2,5 раза. Но при этом тарифы на собственные услуги связи повысили в 2,7 раза, что позволило им соответственно увеличить зарплату своим работникам в 2,4 раза (намного больше, чем в других отраслях).

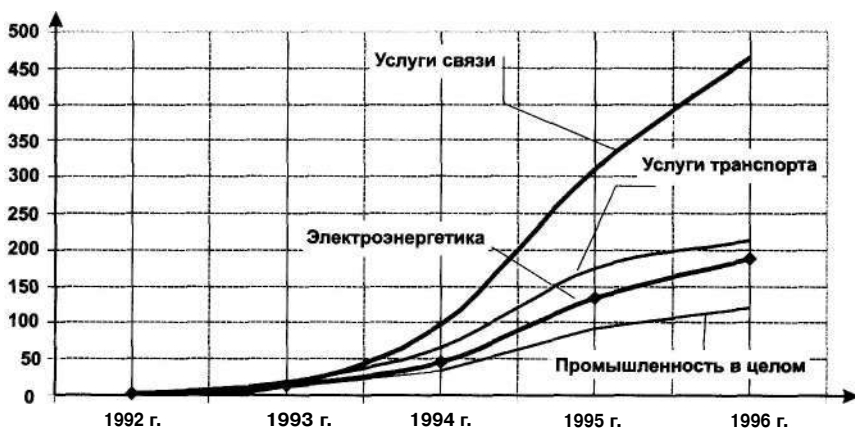


Рис. 9.5. Обгоняющий рост цен на продукцию и услуги отраслей естественных монополистов в России в 1992-1996 гг.

В итоге доставка газет и журналов стала сейчас в России стоить уже дороже, чем собственно подписка на них, а многие органы печати вынуждены ввести такую странную форму распространения своих изданий, как «подписка с получением непосредственно в редакции».

Аналогичную практику проводят и другие российские естественные монополии. В силу этого заработная плата, например, в электроэнергетике сейчас выше средней по промышленности в 4–5 раз (в зависимости от региона страны и ценовой политики местной энергетической системы). Примерно настолько же выше средней и зарплата на железнодорожном транспорте, и лишь немногим уступают в гонке зарплат работники связи.

Но каким образом Россия будет бороться со своими естественными и временными монополиями?

Что касается естественных монополий, то для регулирования их деятельности в 2000 г. был создан специальный Единый тарифный орган (ЕТО). Эта организация, подчиненная Правительству РФ, устанавливает цены на электро- и теплоэнергию, а также тарифы на перевозку грузов и пассажиров транспортом и перекачку нефти по трубопроводам.

Иными словами, в отраслях с естественной монополией свобода рыночного поведения — прежде всего, свобода ценообразования — ограничивается, и на смену ей введено государственное экономическое управление.

Опыт такого рода в нашей стране имелся и прежде. В той же логике Правительство РФ еще в октябре 1995 г. приняло решение о «замораживании» цен (т. е. запрещении их повышения) в отраслях — естественных монополистах до конца года. «Замораживанию» подверглись цены на газ и электроэнергию, а также железнодорожные тарифы и тарифы на перекачку нефти и нефтепродуктов по трубопроводам.

По отношению к временным монополиям будет проводиться иная политика. Для ослабления их власти над рынком государство намеревается осуществлять следующие меры:

- запретить формирование финансово-промышленных групп, способных захватить доминирующее положение на местных товарных рынках отдельных регионов страны;
- запретить уже существующим финансово-промышленным группам включать в свой состав предприятия, занимающие доминирующее положение на местных товарных рынках отдельных регионов страны;
- поощрять импорт взаимозаменяемых товаров из соседних регионов, а также стран ближнего и дальнего зарубежья, чтобы ослабить доминирование монополистов на рынке;

- проводить принудительное разукрупнение фирм-монополистов с созданием на их основе нескольких независимых и конкурирующих фирм;
- поощрять новое строительство, а также создание малых фирм, если это может помочь снижению степени монополизации рынка.

При этом наиболее действенным методом решения задачи улучшения конкурентной ситуации на внутренних рынках России является максимальное их открытие для товаров зарубежных фирм. Беда лишь в том, что эту «лечебную процедуру» крайне трудно дозировать, а последствия ее неоднозначны. Дело в том, что большинство отечественных предприятий пока проигрывают соревнование с зарубежными конкурентами по соотношению «цена/качество» при сравнении аналогичных товаров (российские товары в пересчете на сопоставимый уровень качества стоят дороже зарубежных).

Поэтому вторжение на внутренний рынок больших партий зарубежных товаров приводит к тому, что отечественные фирмы вообще теряют рынок (так произошло, например, с российскими производителями телевизоров и магнитофонов после появления в магазинах больших партий электроники из Юго-Восточной Азии).

Конечно, появление на рынке более качественных и относительно более дешевых товаров выгодно для покупателей. И они, действуя вполне рационально, будут покупать именно зарубежные изделия. Но государство не может не считаться с тем, что такое развитие событий приведет к краху не только отдельных российских фирм, но и целых отраслей национальной экономики. А это грозит взрывом безработицы, для рассасывания которой у страны пока нет средств.

В итоге Правительству РФ приходится постоянно действовать по принципу «шаг вперед, два назад»: то открывать внутренний рынок для поставок зарубежных товаров, чтобы усмирить отечественных монополистов и заставить все российские предприятия заниматься улучшением качества или удешевлением своих товаров, то снова «прикрывать дверь», чтобы не допустить полной гибели отечественной промышленности.

Именно из-за этого, например, в России за последние годы так часто менялись условия ввоза иностранных легковых автомобилей, конкурирующих с отечественными «Жигулями», «Москвичами» и «Волгами». Правительство то повышало государственные пошлины на импорт машин, то снижало их, что соответственно вызывало относительное удорожание или удешевление иномарок по сравнению с продукцией отечественного автомобилестроения. А летом 2001 г. автомобильное лоб-

би в лице директоров российских автозаводов добилось у президента Путина решения о введении повышенных пошлин на ввоз в Россию подержанных иностранных автомобилей старше 3—5 лет, поскольку такие недорогие и качественные автомобили очень понравились россиянам и отечественные автомонополисты стали терять рынок.

Экономика в лицах

Джон Д. РОКФЕЛЛЕР — самый знаменитый монополист мира

В экономическую историю человечества прочно вошли события, в центре которых были фирма «Стандарт Ойл» и ее глава Джон Д. Рокфеллер (1839—1937). Будучи тогда молодым, но опытным бизнесменом и финансистом, Рокфеллер в 1870 г. возглавил нефтяную компанию «Стандарт Ойл». Он сумел предугадать, что в перспективе роль нефтепродуктов в экономике будет возрастать и тот, кто поставит рынок этих продуктов под свой контроль, обеспечит себе гигантские барыши.

На протяжении последующих 12 лет глава «Стандарт Ойл» путем интриг, экономического подавления конкурентов за счет более низких цен, а также скупки наиболее упорных противников захватил контроль над 90% мощностей США по добыче и переработке нефти. Под его руководством эта фирма стала также владелицей всех трубопроводов страны.

И наконец в 1872 г. Рокфеллер решил, что настало время пожинать плоды абсолютного контроля над рынком. Он принял решение закрыть половину своих предприятий, резко сократив тем самым предложение нефтепродуктов на рынок, и одновременно поднять цены на волне им же созданного дефицита. Это сулило фантастические прибыли.

Но впервые монополия натолкнулась на организованное сопротивление общества. Действия «Стандарт Ойл» вызвали такое возмущение в стране, что парламент США в 1890 г. принял специальный антимонопольный закон, вошедший в историю под именем его разработчика как закон Шермана. Уже на основе этого закона в 1892 г. суд штата Огайо постановил разделить «Стандарт Ойл» на несколько независимых компаний меньшего размера. Так началась эпоха борьбы с монополизмом.

Так гласит закон

Первая попытка создания антимонопольного законодательства в России предпринималась еще в 1908 г. За образец был взят действовавший в США закон Шермана. Однако организации российских предпринимателей встретили проект закона в штыки и сумели сорвать его принятие. Поэтому юридическая основа для борьбы с монополиями и недобросовестной конкуренцией появилась в России только в 1991 г., когда был принят Закон **«О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»**.

Этот закон устанавливает, что:

1) запрещаются действия фирмы, занимающей доминирующее положение на рынке, если их результатом оказывается существенное ограничение конкуренции и ущемление интересов других участников рынка, в том числе отдельных граждан;

2) запрещаются монопольные сговоры о ценах, изъятие товаров с рынка для поддержания дефицита, раздел рынка, попытки ограничения доступа на рынок конкурирующих фирм;

3) подлежат наказанию фирмы, занимающиеся недобросовестной конкуренцией, в частности; распространяющие ложные сведения о товарах и фирмах своих конкурентов, чтобы отпугнуть от них покупателей; обманывающие покупателей относительно реальных свойств и качества своего товара; незаслуженно принижающие в своей рекламе качество товаров своих конкурентов; незаконно использующие для своих товаров чужие названия и товарные знаки, а также копирующие форму, упаковку и внешнее оформление товаров своих конкурентов; похищающие у своих конкурентов их коммерческие секреты, а также техническую, производственную и торговую информацию;

4) контроль за деятельностью монополистов осуществляет Государственный комитет по антимонопольной политике (Антимонопольный комитет);

5) при нарушении требований законодательства Антимонопольный комитет вправе расторгнуть любой хозяйственный договор, потребовать от монополиста возместить причиненные его действиями убытки, а также наложить на виновную фирму штраф в размере до 1 млн руб.

Основные выводы

1. Если фирма становится монополистом, т. е. обретает возможность существенно влиять на рыночную ситуацию, она начинает выбирать те варианты объемов производства и цен, которые наиболее выгодны именно для нее. Прежде всего, фирма определяет предельно возможный объем продаж. Он достигается в тот момент, когда дальнейшее увеличение числа проданных товаров не приносит более прироста выручки от продаж, т. е. когда предельный доход от продаж становится равным нулю. Затем фирма определяет тот объем продаж, который принесет ей наибольшую прибыль, и ограничивает свое предложение именно этой величиной. А поскольку она монополист, то это означает, что и общее рыночное предложение ограничивается той же величиной. В результате на рынок товаров предлагается меньше, чем при совершенной конкуренции, и по более высокой цене.

2. Захват монопольного положения на рынке и проведение коммерческой политики, обеспечиваемой им, приносят монополисту повышенную прибыль. Это привлекает на рынок монополиста конкурентов из других отраслей. Но они не могут войти на рынок монополиста, поскольку он защищает его с помощью специальных барьеров. Важнейшими видами таких барьеров являются: естественные, юридические и экономические. Защитив себя от вторжения конкурентов, монополисты начинают использовать свое положение для получения сверхвысоких прибылей. Для этого они применяют различного рода незаконные методы и сговоры.

3. Опыт столкновения с монополиями привел развитые страны в конце прошлого века к пониманию необходимости ограничения монопольной практики и защиты конкуренции. С этой целью принимаются специальные законы и создаются государственные органы, которые препятствуют действиям монополий. Методы борьбы с монополиями различаются в зависимости от их вида. В России в настоящее время закон различает естественные, разрешенные и временные монополии. Основное внимание уделяется ограничению вредных для общества действий естественных и временных монополий.

Контрольные вопросы

1. Зачем фирма проводит расчет своего предельного дохода от продаж при разных уровнях цены?

2. Как уровень прибыли влияет на выбор фирмой-монополистом предпочтительных условий своей деятельности?

3. Какой вид имеет кривая предложения фирмы-монополиста?

4. С помощью каких барьеров монополисты ограничивают своим конкурентам вход на рынок?

5. Сегодня во многих городах России стали появляться системы радиотелефонной (сотовой) связи. Каковы последствия такого процесса для естественного монополиста — телефонной службы города?

6. Российские газеты не раз сообщали о том, что бывают случаи, когда некие бандитские группировки останавливают грузовики, на которых крестьяне везут продукты для продажи на городских рынках, и требуют продать все продукты им. В чем экономическая подоплека этого явления?

7. В каком случае занятие монопольного положения на рынке не может служить основанием для государственного вмешательства или судебного наказания?

8. Какие причины приводят к возникновению естественных монополий?

9. Инфляцию какого типа порождают действия российских естественных монополий?

Вопросы для обсуждения

1. Почему законодательство многих стран запрещает ценовую дискриминацию?

2. Попробуйте на примере рынка легковых автомобилей проследить противоречие интересов рядовых покупателей, российских автолюбителей и государственного бюджета при решении вопроса демополизации рынка автомобилей.

3. Почему в категорию естественных монополистов попадают фирмы по производству алкогольных напитков и лекарств?

ГЛАВА 10.

КАК РЫНОК СОГЛАСОВЫВАЕТ СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Рыночная цена каждого конкретного товара регулируется соотношением между его количеством, которое сейчас предложено на рынок, и спросом тех, кто готов заплатить за этот товар его естественную цену.

Адам Смит

Во многих российских магазинах (особенно тех, которые торгуют одеждой или обувью) несколько раз в год на витрине появляется слово «распродажа», означающее, что товары здесь можно будет купить по ценам заметно ниже, чем были обозначены на этикетках еще вчера. Почему владельцы магазинов идут на это? Почему им приходится снижать цены?

Мы выяснили, что мотивы, которыми руководствуются на рынке продавцы и покупатели, совершенно различны. Но чтобы остались довольны и те и другие, им надо договориться и заключить между собой сделку купли-продажи товара. А главное условие такой сделки — величина цены, по которой продавцы готовы обменять товар на деньги, а покупатели — оплатить покупку желанного блага. И поскольку поиск обоюдоприемлемой цены в механизме рыночной деятельности играет центральную роль, то именно с выяснения закономерностей рождения рыночной цены мы и начнем.

§ 34. Формирование рыночных цен

Чтобы легче было понять механизм рыночного ценообразования, начнем сразу с конкретного примера, воспользовавшись условными данными о российском рынке велосипедов SCOTT.

Для начала сведем в одну таблицу (табл. 10.1) всю имеющуюся у нас информацию о величинах спроса и предложения на этом рынке при различных уровнях цен.

Мы видим, что при цене в 3500 долл. изготовители готовы предложить на рынок 130 велосипедов, а покупатели даже не подходят к прилавку. Это означает, что при такой цене на рынке может сложиться ситуация избыточного предложения или затоваривания (именно на это указывает буква И — избыток).

Таблица 10.1

Характеристики спроса и предложения на рынке велосипедов

Цена, долл. спроса	Величина спроса, шт.	Величина предложения, шт.	Превышение	Тип рыночной ситуации (И — избыток над спросом, Д — дефицит)
3500	0	130	130	И
3000	12	122	110	И
2400	27	108	81	И
2000	38	97	59	И
1650	50	85	35	И
1300	66	70	4	И
1000	88	56	-32	Д
750	120	42	-78	Д

Эта ситуация будет сохраняться до тех пор, пока уровень цены не опустится ниже некоторой величины в диапазоне 1000—1300 долл. за один велосипед.

Избыток (затоваривание) — ситуация, возникающая на рынке, когда при существующем уровне цены продавцы предлагают к продаже больший объем товаров, чем покупатели готовы купить при такой цене.

Действительно, наши данные говорят о том, что при цене в 1000 долл. мы обнаружим на рынке прямо противоположную ситуацию: величина спроса окажется больше величины предложения. Возникнет нехватка, дефицит товаров (на это указывает буква Д — дефицит).

Дефицит — ситуация на рынке, когда покупатели при существующем уровне цены готовы купить больший объем товаров, чем продавцы при такой цене согласны предложить к продаже.

А возможна ли ситуация, когда на рынке не будет ни избытка товаров, ни их дефицита?

Посмотрите на строчки, соответствующие уровням цен в 1000 и 1300 долл. (они специально выделены жирным шрифтом). В диапазоне цен 1000—1300 долл. за 1 велосипед на рынке происходит принципиальное изменение ситуации: избыток товара сменяется дефицитом.

Значит, где-то в этом диапазоне существует цена, при которой на рынке не будет ни избытка, ни дефицита товаров: сколько товаров будет предложено к продаже, столько и будет куплено.

Ситуацию, описанную выше, удобно рассмотреть на графике, если построить на нем одновременно и кривую спроса, и кривую предложения. Как мы видим на рис. 10.1, эти кривые пересеклись.

Точка пересечения кривых спроса D (от англ. *demand*) и предложения S (от англ. *supply*) соответствует условиям, при которых рынок достигает состояния равновесия.

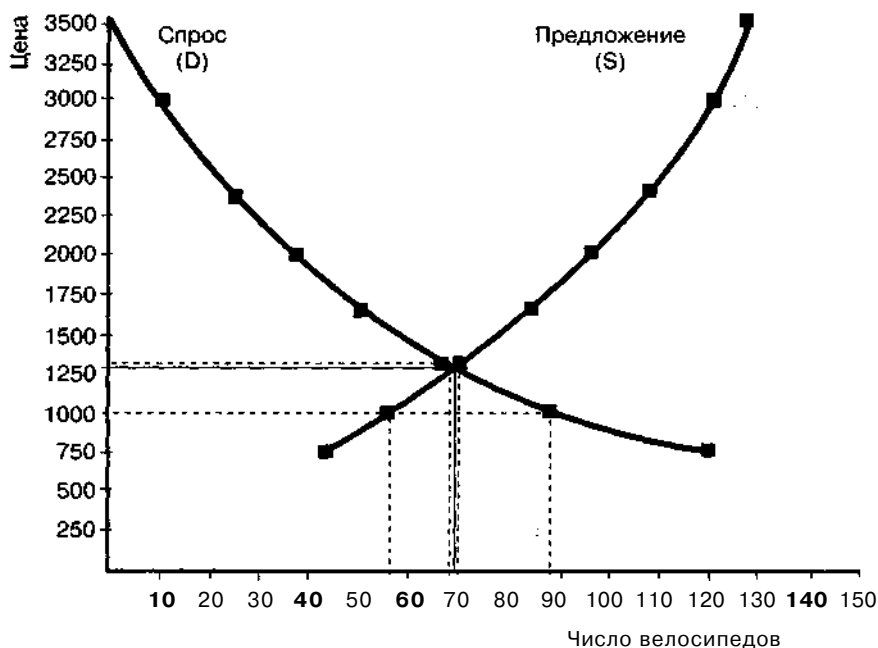


Рис. 10.1. Взаимодействие спроса и предложения на рынке

Опустив из точки пересечения кривых спроса и предложения перпендикуляры на оси «Цена» и «Число велосипедов», мы обнаружим, что эта точка имеет (при некотором округлении) координаты 68 и 1250. Иными словами, график показывает, что лишь при цене 1250 долл. на рынке может возникнуть совершенно особая ситуация: количество товаров, которое изготовители согласны будут предложить на рынок (68 велосипедов), окажется равным количеству товаров, которое покупатели при этой цене готовы приобрести.

Экономисты называют такую ситуацию рыночным равновесием: спрос и предложение при этих условиях как бы уравнивают друг

друга. Соответственно цену, при которой такое равновесие достигается, принято называть равновесной ценой, а объем товаров, который по этой цене можно продать, — равновесным объемом продаж.

Равновесная цена — цена, позволяющая продать весь объем товаров, который изготовители (продавцы) согласны при такой цене предложить на продажу.

§ 35. Как достигается рыночное равновесие

Что же такое рыночное равновесие и почему рынок постоянно стремится к нему? Для ответа проанализируем рис. 10.2.

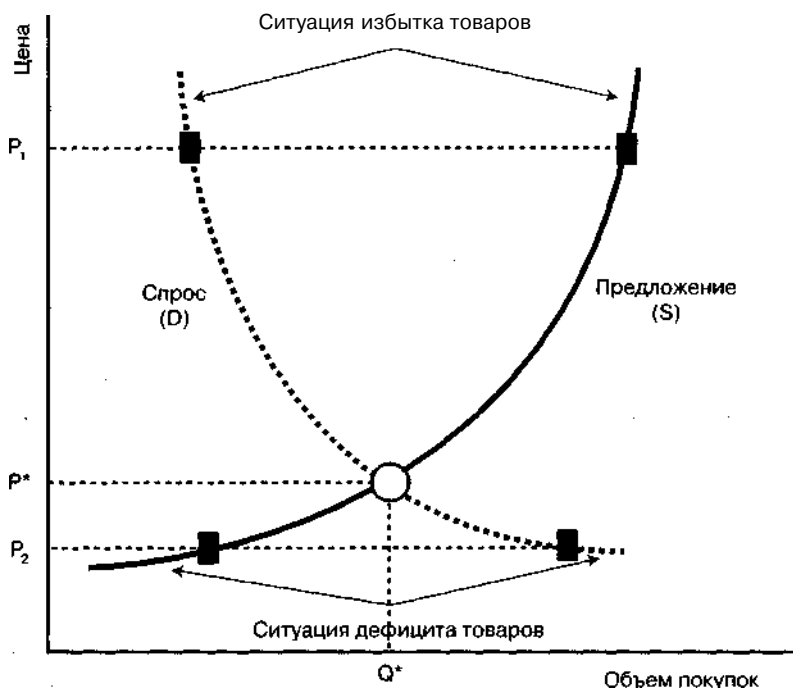


Рис. 10.2. Причины возникновения дефицита или избытка товаров

На этом рисунке видны все три ситуации, которые возможны на рынке:

1) рыночное равновесие (оно достигается при цене P^* и объеме покупок Q^*);

2) избыток товаров (затоваривание), возникающий при рыночной цене выше равновесной цены P_1 ;

3) дефицит (недостаток) товаров, возникающий при рыночной цене ниже равновесной цены P_2 .

Избыток товаров. Эта ситуация возникает на рынке, если продавцы пытаются продать товары по цене выше равновесной для данного объема предложения. Скажем, на рынок предложено 100 единиц товара. При существующем спросе такой объем может быть продан, если цена составит не более 30 долл. А продавцы согласны на цену лишь в 50 долл., т. е. на 20 долл. выше равновесной для данного объема товаров. Что при этом происходит?

Продавцы попадают в очень невыгодную ситуацию, поскольку:

1) продается лишь часть предложенных на рынок товаров;

2) выручка от продаж оказывается меньше, чем нужно изготовителям (продавцам) для покрытия собственных затрат и продолжения производства товаров.

Такая ситуация сложилась в России в 1993—1997 гг. при продаже отечественных легковых автомобилей. При тех ценах, которые хотели за свои автомобили ВАЗ и АЗЛК, этот товар, десятилетиями бывший дефицитным, стал продаваться с трудом. Отечественные автозаводы оказались в тяжелой экономической ситуации: на их территориях стали скапливаться огромные количества невостребованных машин. Менеджерам этих предприятий пришлось срочно искать способы замедления роста цен на «Жигули» и «Москвичи» и сокращения затрат на их изготовление.

Дефицит товаров. Эта ситуация возникает на рынке при цене ниже равновесной. Например, продавцы предложили на рынок 50 ед. товара. Такой объем товаров можно полностью продать по цене 80 долл. Но товар поступил на рынок по цене 60 долл. А при такой цене покупатели готовы купить 120 ед. товара. Но раз такого объема на рынке нет, страдающей стороной здесь оказываются уже покупатели. Им приходится тратить время на поиски дефицитного товара, стояние в длинных очередях, где теряется бесценное время и портятся нервы.

Невыгодность как дефицита, так и избытка товаров из-за неравновесности цен толкает участников рынка к поиску равновесной цены. Как рынок балансирует спрос и предложение?

Понять это помогает рис. 10.3, где графически представлен процесс достижения рыночного равновесия.

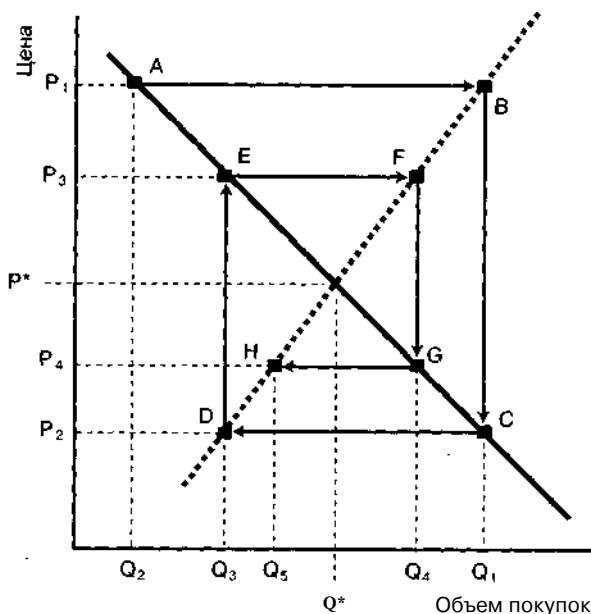


Рис. 10.3. Достижение рынком ситуации равновесия («паутина рыночных согласований»)

Здесь вначале продавцы предложили на продажу объем товаров Q_1 по цене P_1 (точка B). Но при такой цене покупатели готовы приобрести намного меньший объем этих товаров. Он равен Q_2 (точка A). На рынке возникает ситуация избытка товаров (затоваривание) в размере $(Q_1 - Q_2)$.

Чтобы распродать весь объем произведенных товаров, продавцы вынуждены снизить цену до уровня P_2 (точка C). Именно эту цену они приняли в дальнейшем в качестве ориентира при определении объема предложения на рынок новых партий товара.

При такой низкой цене они смогут предложить на рынок объем товаров, равный Q_3 (точка D), зато покупатели готовы купить уже больше товаров (Q_4). Значит, на рынке сложится ситуация дефицита товаров в размере $(Q_4 - Q_3)$.

Обнаружив, что товар стал дефицитен, продавцы станут повышать цену, пока не достигнут того ее уровня, при котором покупатели купят весь объем товаров Q_3 . В итоге цена на рынке поднимется до уровня P_3 (точка E).

Но при таком уровне цены продавцам будет выгодно в следующий раз предложить на рынок уже больший объем товара — Q_4 (точка F). Но

это вновь породит ситуацию избытка товаров. Продавцам придется снижать цену до уровня P_i , и в следующий раз они предложат на рынок объем товаров Q_i .

С каждым разом процесс рыночного согласования интересов продавцов и покупателей приводит к формированию объемов продаж и цен, все более близких к равновесному состоянию. На рис. 10.4 ему соответствует точка пересечения кривых спроса и предложения с координатами (P^*, Q^*) .

К сожалению, эту точку так легко обнаружить лишь в учебнике. В жизни параметры рыночного равновесия приходится нащупывать методом проб и ошибок. Но если процесс формирования рыночных цен протекает без помех, то состояние равновесия будет в конце концов рынком достигнуто. Скользя по «паутине рыночных согласований» (ее на рис. 10.3 обозначают стрелки, соединяющие точки A, B, C, D, E, F, G, H), рынок поможет продавцам и покупателям найти ту цену, при которой весь предложенный на продажу объем товаров будет куплен.

Отметим, что этот механизм работает одинаково как в случае затоваривания (этот вариант мы рассмотрели выше), так и в случае дефицита.

Страницы экономической истории человечества

Тюльпаномания по-голландски

Какие фантастические истории могут происходить на рынке при обгоняющем росте спроса по сравнению с предложением можно увидеть на примере «тюльпанного безумства», охватившего Голландию в 1630 г.

Никто до сих пор не знает точно главную причину, из-за которой цветок, привезенный в Европу за 80 лет до* того и спокойно красовавшийся на клумбах зажиточных граждан, внезапно стал предметом бешеного спроса. Но факт остается фактом — с 1630 г. цены на луковицы тюльпанов, подгоняемые спросом, стали быстро повышаться, и этот неуклонный рост вскоре привлек внимание всей страны.

Голландцы смекнули, что такое устойчивое удорожание невзрачных цветочных луковиц создает прекрасные условия для превращения их в куда более красивые золотые монеты.

И для этого даже не нужно изучать таинственную науку алхимию. Достаточно просто купить побольше луковиц, а потом продать их, когда цена еще поднимется. Эта нехитрая комбинация, именуемая обычно спекуляцией, стала повальным увлечением и горожан, и крестьян.

В итоге возник механизм самоподстегивающегося спроса. Действительно, чем больший спрос люди предъявляли на луковицы тюльпанов, тем выше поднимались их цены. А чем выше поднимались их цены, тем больше была прибыль цветочных спекулянтов и тем отчетливее голландцы понимали: дело-то верное, зевать нельзя, надо поскорее покупать побольше луковиц! Так спрос подстегивал цены, а цены — спрос.

Поэтому цены луковиц достигли поднебесной высоты. Сохранившиеся документы свидетельствуют: за луковицу платили до 2500 гульденов. А на такую сумму в то время можно было купить 2 воза пшеницы, 4 воза сена, 4 откормленных быка, столько же откормленных свиней, 12 взрослых овец, 4 бочки пива, 2 бочки сливочного масла, 500 килограммов сыра, кровать, костюм и серебряный кубок.

В этой ситуации купцы за бесценок распродавали свои склады, чтобы побыстрее выручить наличные деньги и пустить их на покупку тюльпанов. Те же, кому денег не хватало, одалживали их у банкиров и ростовщиков с уверенностью, что легко расплатятся потом из «цветочных прибылей».

И вдруг рынок «лопнул» — на очередном аукционе выставленная на продажу луковица принесла владельцу только 1000 гульденов вместо ожидаемой суммы в 1250 гульденов. И этой новости, облетевшей всю страну, хватило для того, чтобы люди сразу испугались и начали спешно сбывать свои «драгоценные» луковицы. Но их уже никто не хотел покупать по столь высоким ценам.

Иными словами, предложение резко превысило спрос, а, как мы уже знаем, в такой ситуации равновесная цена начинает снижаться. В Голландии же цены тюльпанов просто «рухнули», и люди, еще вчера чувствовавшие себя богачами, вдруг оказались нищими: многие из них купили луковицы на одолженные деньги, а вернуть-то долг уже было нечем!

Увы, печальный опыт голландцев не излечил человечество от стремления к быстрому обогащению за счет рискованной игры на колебаниях цен. Правда, со временем люди придумали более изощренные формы такой игры и научились несколько снижать опасность разорения при неудачных спекуляциях.

Иными словами, в любой из ситуаций несбалансированности спроса и предложения рынок заставляет (пусть незримо, но мощно!) обе стороны искать обоюдоприемлемый компромисс. И этим компромиссом становится то сочетание объема производства и уровня цены, при котором будут в наибольшей мере удовлетворены и покупатели, и изготовители.

Анализируя механизм рыночного согласования интересов продавцов и покупателей, Адам Смит в своей знаменитой книге «Исследование о

природе и причинах богатства народов», вышедшей в 1776 г., писал: «Каждый человек мыслит лишь о собственной выгоде, но невидимая рука, которая его направляет, как и во многом другом, приведет его к результату, о котором он сам и не помышлял».

Что же это за «невидимая рука», которая позволяет рыночной экономической системе координировать деятельность сотен миллионов людей и добиваться результатов лучших, чем при планово-командной системе?

Этим термином со времен Адама Смита экономисты называют **механизм цен**, который в рыночной экономике играет центральную роль. Именно цены служат для всех продавцов и покупателей главным источником информации о положении дел на рынке, о соотношении предложения товаров и спроса на них.

Механизм цен — формирование и изменение рыночных цен под **влиянием** столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих **свои решения** без принуждения извне.

Информация эта может быть троякого рода:

- *если цены повышаются*, значит, товаров на рынок поступает меньше, чем покупатели готовы приобрести при этом уровне цен;
- *если цены снижаются*, значит, товаров на рынок поступает больше, чем покупатели готовы приобрести при этом уровне цен;
- *если цены остаются почти неизменными*, значит, на рынок поступает примерно столько товаров, сколько покупатели готовы приобрести при этом уровне цен.

Эти закономерности изменения цен иллюстрирует рис. 10.4.

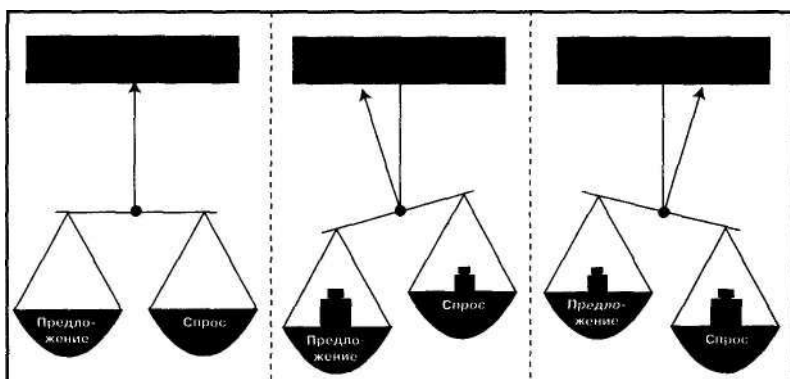


Рис. 10.4. Экономические весы

Поскольку от уровня цены прямо зависят как величина выручки продавцов (а значит, и их собственные доходы в форме прибыли), так и расходы покупателей, то цены превращаются в своеобразные «светофоры» для всех участников рынка.

Изготовителям и продавцам они подают сигналы о том, стоит ли производить тот или иной товар и торговать им, насколько это выгодно при сложившемся уровне цен. Покупателям они дают информацию для принятия осознанного решения: по карману ли им приобретение данного товара. Поэтому рынок, на котором система цен формируется свободно — по результатам торга между продавцами и покупателями, — постоянно заставляет всех его участников действовать так, чтобы возникало состояние равновесия.

Рынок в состоянии равновесия — лучший из возможных компромиссов между интересами продавцов и покупателей.

Страницы экономической истории человечества

Можно ли жить без дефицита?

На протяжении десятилетий задавать такой вопрос гражданам всех социалистических стран было бы просто странно. Все привыкли к тому, что дефицит товаров — неотъемлемая черта экономической жизни.

Причиной тому были не только нереальные планы, но и государственное установление цен. Считалось, что цены должны быть настолько низкими, чтобы товары были доступны всем гражданам. И такая политика цен в СССР, например, была даже специально оговорена в главном идеологическом документе — «Программе Коммунистической партии Советского Союза».

И все бы отлично (кому же не нравятся низкие цены?!), вот только любой мало-мальски хороший товар купить в магазине было невозможно. И это сказывалось на всем устройстве повседневной жизни: ее главной приметой стали очереди. В среднем каждая советская женщина ежедневно проводила в очередях 2 часа, гадая: хватит товара или нет?

О том, какого накала достигало при этом нервное напряжение людей, стоявших в очереди, свидетельствует следующая история.

Весной 1991 г. в магазине электротоваров города Новотурынска «давали» электролампочки. Когда же огромная очередь узнала, что лампочки заканчиваются, наиболее наглые попытались смять очередь и прорваться к прилавку с заветным дефицитом. Для восстановления порядка регулировавшему очередь сержанту милиции Копылову пришлось применить слезоточивый газ. Служебное разбирательство оправдало его действия: не отпугни он народ, в давке — всего лишь за электролампочками! — погибли бы люди.

В результате в разговорном русском языке слово «купить» было прочно вытеснено словом «достать». А доставали товары либо по знакомству, либо через систему закрытого распределения. Впрочем, эта система дожила благополучно до самого конца 80-х годов. Именно в те годы, например, в Москве широко стали практиковать «закрытые районные распродажи». Для этого жителям определенного микрорайона выдавали талоны на право покупки некоторого количества товаров различных видов в ГУМе. В день «распродажи» ГУМ закрывали для всех иногородних покупателей и войти в него можно было только москвичам и только по талону (впрочем, приезжие без проблем покупали заветные талоны прямо у входа — ибо «спрос рождает предложение»!).

Существовал еще и третий путь: купить товар у спекулянта, доставшего его по знакомству. Естественно, что дефицитный товар в этом случае стоил куда дороже, чем в государственном магазине. В результате цена реального приобретения (у спекулянта) все равно оказывалась куда выше государственной розничной цены, установленной в соответствии с требованиями «Программы КПСС».

Почему же дефицит так прочно укрепился в плановой экономике? Тому есть несколько причин, и самая важная из них состоит в том, что в социалистических странах механизм рыночного ценообразования был «выключен» и заменен государственным плановым ценообразованием. Цены устанавливались по строгой формуле и должны были оставаться стабильными много лет. В результате механизм балансирования спроса и предложения работать не мог и экономика попала в состояние постоянной неуравновешенности.

§ 36. Причины и следствия нарушения рыночного равновесия

Рыночное равновесие обычно сохраняется не дольше, чем, скажем, находится маятник в каждой из точек своего пути. Оно постоянно нарушается из-за изменений либо спроса, либо предложения. Рынку приходится снова и снова их согласовывать (балансировать), формируя новые равновесные уровни цен и объемы производства. Попробуем разобраться в том, как это происходит.

Допустим, что в силу каких-то причин (например, благодаря снижению цен на других рынках и экономии в результате этого денег) покупатели обладают денежными средствами для покупки данного товара в больших объемах.

В этом случае произойдет изменение спроса на данный товар в целом. Если изобразить это графически, то кривая спроса (в нашем при-

мере — на велосипеды) сдвинется от прежнего положения вправо-вверх (рис. 10.5).

Тонкая черная кривая D_1 , идущая правее и выше прежней кривой спроса (жирная линия D_0), показывает новый вид кривой спроса и свидетельствует о том, что сбалансировать рынок удастся при большем числе продаж и более высокой, чем прежде, цене.

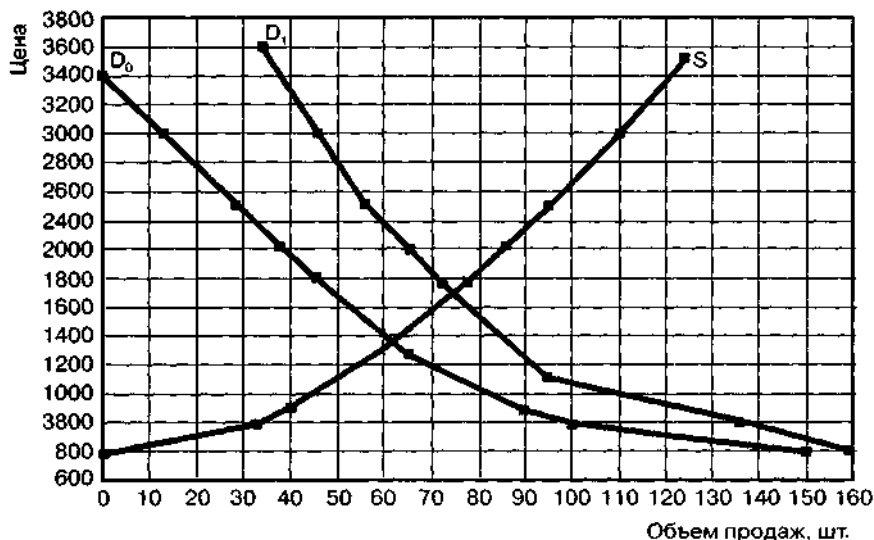


Рис. 10.5. Изменение ситуации на рынке при росте спроса (сдвиге кривой спроса)

Но изменение спроса не может изменить логику поведения на рынке продавцов. Конечно, они готовы предложить покупателям больший объем товаров, но лишь по более высокой цене. Поэтому повышение спроса в целом ведет не только к росту объемов продаж, но и к повышению равновесной рыночной цены.

Например, в Италии около 70% работников промышленных предприятий получают отпуска в августе (предприятия просто закрываются целиком). И все эти отпускники дружно устремляются в курортные районы, к морю.

Соответственно спрос на места в гостиницах и пансионатах и все виды услуг в этих районах скачкообразно взмывают вверх. Количество же гостиниц от этого не возрастает, и потому следствием сезонного роста спроса становится лишь рост цен — жизнь на курортах сразу дорожает на 40—50%. Эта ситуация хорошо видна на рис. 10.6.

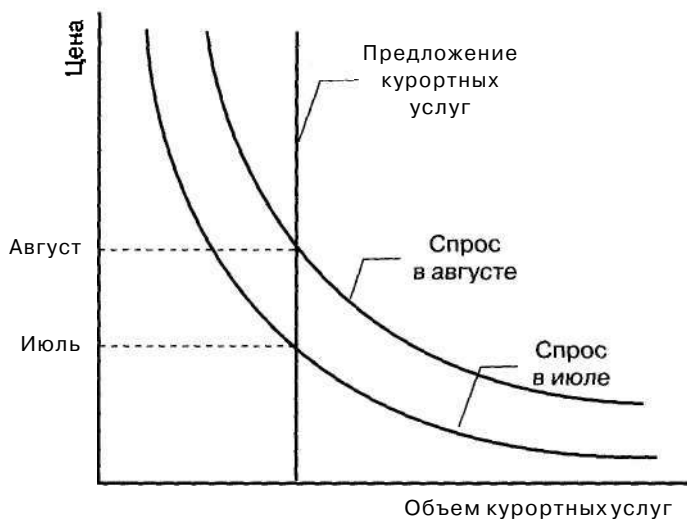


Рис. 10.6. Рост спроса на курортные услуги в Италии в августе и его влияние на уровень цен на эти услуги

Предложение продавцов (производителей) выставить на рынок больший объем товаров по более высокой цене объясняется тем, что для наращивания производства им нужно:

- 1) строить новые предприятия или цеха;
- 2) нанимать дополнительных рабочих;
- 3) покупать больший, чем прежде, объем сырья и материалов и т. д.

Иными словами, им самим придется предъявить больший спрос на рынках ресурсов производства. Для расширения объема этих ресурсов (увеличения предложения) обществу потребуются дополнительные затраты. Придется, например, обучить дополнительное число работников новым профессиям или начать эксплуатацию ранее не использовавшегося месторождения полезных ископаемых.

Итогом станет рост цен на рынках ресурсов (факторов) производства.

И эти повышенные затраты на организацию выпуска дополнительного количества товаров производителям надо будет как-то компенсировать.

А значит, произвести большее число товаров они согласятся лишь при одном условии: *если цена будет возмещать те повышенные затраты, с которыми сопряжено производство большего числа товаров.*

В итоге на рынок поступит больше желанных для покупателей товаров. Но не по прежней, а по более высокой цене. При этом соответ-

ственно покупатели согласятся приобрести меньше товаров, чем они были бы готовы сделать, сохранись цена на прежнем уровне. И все же количество покупок будет большим, чем возможно было раньше — до повышения доходов покупателей.

Так рынок достигнет новой ситуации равновесия. Как хорошо видно на рис. 10.5, при этом точка пересечения кривых спроса и предложения сдвинется вправо-вверх, т. е. изменятся обе характеристики равновесного состояния рынка:

- равновесное количество товаров и
- равновесная цена.

По-иному реагирует цена на изменение условий предложения товаров на рынке.

Причины таких изменений могут быть разными. Допустим, что изготовителям удалось внедрить новую технологию производства и снизить благодаря этому затраты на изготовление товаров.

К чему это приведет?

К тому, что станет возможно изготавливать товаров больше при тех же суммарных затратах на производство и сохранении ранее сложившейся величины прибыли.

Но если рынок был сбалансирован при прежнем уровне цены, то дополнительные товары сбыта не найдут: по прежней цене покупателей на них не будет. Однако изготовителям есть куда отступать: благодаря снизившимся затратам на производство они ради увеличения объема продаваемых товаров могут теперь пойти на уступки и снизить цену.

Что произойдет на рынке в этом случае, показано на рис. 10.7.

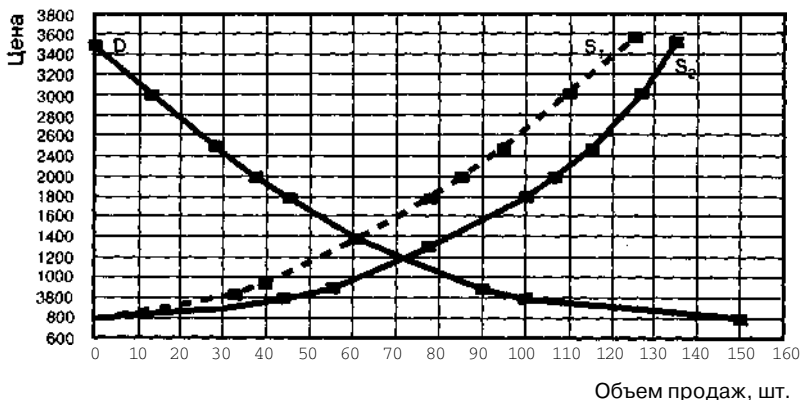


Рис. 10.7. Изменение ситуации на рынке при росте предложения

Тонкая черная линия, идущая правее и ниже прежней кривой предложения (пунктирная линия), показывает новый вид кривой предложения и свидетельствует о том, что сбалансировать рынок удастся при большем числе продаж и более низкой, чем прежде, цене.

Рынок всегда стремится к состоянию равновесия, поскольку оно наиболее выгодно и продавцам, и покупателям.

И столь же неизменно рынок отклоняется от состояния равновесия. Причины этого возникают то на стороне спроса, то на стороне предложения. Характерным примером такого чередующегося влияния то спроса, то предложения может служить ситуация на рынке хлопка США в 1994 г.

Весной того года, еще до завершения сева хлопчатника, цены на него под влиянием спекулянтов резко подскочили — до 86 центов за фунт. Это сулило фермерам большие доходы, и они поспешили расширить посевы хлопчатника, заложив тем самым основу для роста предложения.

Увы, это усердие оказалось ошибкой: общий «хлопковый порыв» отошелся неприятным эхом в начале осени, когда в дельте реки Миссисипи начался сбор урожая. Вдруг выяснилось, что он будет рекордным — примерно в 1,2 раза выше, чем в предыдущем году. А такого же роста спроса на хлопок не произошло. И над рынком нависла угроза перепроизводства. Реакция на нее была закономерной: первые же сообщения о большом урожае «уронили» стоимость одного фунта хлопка до уровня 65—75 центов, т. е. на 13—24% ниже по сравнению с ценами «весенних надежд».

Именно в силу таких ситуаций жизнь предпринимателя или торговца в рыночной экономике всегда полна неожиданностей и труднопредсказуемых проблем. Он должен все время быть начеку и постоянно следить за тем, что происходит на его и других рынках. Еще раз повторим: все рынки связаны между собой, сильнее или слабее, но связаны. Изменения условий продаж-покупок на одном рынке отзываются эхом на всех других рынках.

Поэтому в конкурентной борьбе побеждает тот, кто:

- 1) более информирован;
- 2) способен предвидеть развитие событий на рынке;
- 3) хорошо понимает, как лучше построить свою коммерческую стратегию при том или ином изменении условий деятельности в будущем.

Эту логику рынка люди осознали очень давно. Об этом свидетельствует, например, история зерновых спекуляций, проведенных фараоном Египта по рекомендации его советника Иосифа. О ней рассказывается в Библии.

Экономика в лицах

ИОСИФ

В самом начале Библии, в первой книге Моисея «Бытие» (гл. 40 и 41), повествуется о торговой операции, проведенной египетским фараоном и его советником Иосифом.

По Библии, Иосиф, наделенный от Бога даром прорицания, сумел разгадать странные сны фараона.

Владыке Египта приснились 7 тощих коров, которые съели 7 тучных коров, а потом 7 пустых колосьев, которые съели 7 пышных колосьев.

Истолковав эти сны, Иосиф предсказал: Египет ждут 7 лет больших урожаев и 7 лет неурожая и голода. Исходя из этого прогноза, Иосиф посоветовал фараону в первые 7 урожайных лет установить хлебный налог в размере 20 % урожая, а остальное зерно скупать за счет казны и хранить все зерно до начала голодного периода. Поскольку урожаи были высоки, то цена на зерно упала и его удалось закупить в огромном количестве.

«И скопил Иосиф хлеба весьма много, как песку морского, так что перестали считать; ибо не стало счета».

Когда же настал голод на земле Египта, фараон повелел Иосифу начать торговать накопленным хлебом.

«И из всех стран приходили в Египет покупать хлеб у Иосифа, ибо голод усилился по всей земле».

Цена хлеба при таком превышении величины спроса над величиной предложения взмыла до небес. И фараон с лихвой вернул себе деньги, потраченные на покупку хлеба, — вся страна оказалась у него в долгу, и люди даже сами продавались ему в рабство, чтобы спасти свои семьи от голодной смерти.

Размышляя над историей зерновых спекуляций в Древнем Египте, описанной в Библии, экономист неизбежно приходит к двум основным выводам.

Во-первых, умение предсказать ситуацию на рынке может принести высокие доходы. Во-вторых, можно утверждать, что равновесие на рынке восстанавливается труднее, когда там появляется продавец или покупатель, более богатый или влиятельный, чем остальные (как это было в случае с фараоном — богатейшим из покупателей зерна, а затем крупнейшим из продавцов).

Вторжение в деятельность рынка такого особо мощного участника надолго и всерьез нарушает равновесие сил продавцов и покупателей. В этом случае рынку труднее достигнуть состояния равновесия и ситуация на нем долго остается выгодной только этому особо мощному участнику, диктующему свои условия сделок.

Если это происходит, то механизм рыночного ценообразования начинает работать со сбоями, и экономика лишается главного ориентира коммерческой деятельности — объективно сложившихся цен.

Цены, продиктованные рынку самым сильным его участником (покупателем или продавцом), уже не отражают общей картины развития экономики страны и подают всем ее участникам ложные сигналы о том, что им выгодно, а что невыгодно изготавливать или покупать.

Основные выводы

1. Согласование интересов продавцов и покупателей в ходе рыночного торга приводит к формированию компромисса в виде равновесной цены. При такой цене удастся продать все количество товаров, которое изготовители (продавцы) согласны предложить на продажу. Этот объем товаров называется равновесным.

2. Возникновение равновесной цены происходит потому, что отклонения рынка от равновесного состояния — дефицит или избыток товаров — невыгодны продавцам и покупателям. Избыток товаров невыгоден продавцам, а дефицит товаров — покупателям. При достижении рынком равновесного состояния интересы продавцов и покупателей согласовываются наилучшим образом.

3. Рыночное равновесие постоянно нарушается изменениями на стороне либо спроса, либо предложения, либо и того и другого вместе. Поэтому рынок, как маятник, всегда стремится к равновесию и постоянно от него отклоняется.

Контрольные вопросы

1. В чем различие между дефицитом и затовариванием?
2. Что такое рыночное равновесие?
3. Можете ли вы назвать товары, которые в вашем городе дефицитны или, наоборот, имеются в избытке?
4. Какие варианты соотношений спроса и предложения возможны на рынке?
5. Чередование каких ситуаций является основой достижения рыночного равновесия?
6. Может ли рынок достичь равновесия, если государство запретит изменения цен?
7. Как сдвинется кривая спроса на графике, если доходы граждан страны упадут?

8. Почему внедрение ресурсосберегающих технологий в развитых странах означает для стран, обладающих большими запасами полезных ископаемых, возможность сокращения доходов?

9. Почему туристические агентства изменяют цены путевок в зависимости от сезона?

Вопросы для обсуждения

1. Почему на рынке выигрывает тот, кто лучше информирован?

2. Российские фирмы пытаются пробиться на мировые товарные рынки за счет продажи товаров по более низким ценам. Как графически представить последствия такой политики для кривых предложения на этих рынках?

3. Как вы понимаете смысл термина «сезонные колебания цен»?

ГЛАВА 11

МИР ДЕНЕГ

Даже любовь не свела с ума стольких людей, сколько
мудрствования о сущности денег.

*Уильям Ю. Гладстон (1809–1898),
премьер-министр Великобритании*

В опере Шарля Гуно «Фауст*» посланец ада Мефистофель поет: «Люди гибнут за металл! Сатана там правит бал!» И все понимают, что речь идет не о проблемах травматизма в металлургии, а о драгоценных металлах, из которых веками чеканили монеты — основную в то время форму денег. Откуда такой драматизм при обсуждении одного из самых важных и старинных экономических механизмов, почему тема денег постоянно возникает в разговорах и простых людей, и политиков?

Рассказывая о механизмах рыночной экономики, мы до сих пор почти не говорили о деньгах, подразумевая их роль как нечто само собой разумеющееся. И действительно, деньги — это самый знакомый экономический механизм, известный нам с раннего детства, с первой купюры.

Между тем на самом деле большинство из нас знает о денежном мире крайне мало. И это неудивительно: мир этот представляет собой один из сложнейших экономических механизмов цивилизации. Все его законы ведомы только профессионалам — ученым, банкирам, финансистам. Но чтобы не делать досадных ошибок, некоторое представление о законах денежного мира необходимо иметь каждому.

§ 37. Причины возникновения, формы и функции денег

Деньги — это, пожалуй, одно из наиболее великих изобретений человеческой мысли. В живой природе аналогий не найти.

Даже самые примитивные цивилизации в самых глухих уголках Земли создали свои виды денег. Роль денег, эталона всех обменов, всегда выпадала тому товару, на который был наибольший спрос или который был наиболее удобен для этих целей.

Историки обнаружили свидетельства того, что у народов мира роль денег играли самые разные товары: соль, хлопковые ткани, медные браслеты, золотой песок, лошади, раковины и даже сушеная рыба.

Например, в XV в. в Исландии платежным средством служила сушеная рыба, и потому тогдашний справочник цен (прейскурант) выглядел следующим образом:

- за подкову — 1 рыбина;
- за пару женских башмаков — 3 рыбины;
- за бочонок вина — 100 рыбин;
- за бочонок сливочного масла — 120 рыбин.

О том, сколь большую роль деньги играли в жизни людей с древнейших времен, красноречиво свидетельствует такой любопытный факт. В леднике Эцтальских Альп археологами были обнаружены хорошо сохранившиеся останки человека, пролежавшие там 5 тысяч лет. Рука погибшего в пурге жителя бронзового века крепко сжимала медную пластинку — самое ценное, что у него было с собой. Именно такие медные пластинки в те времена играли роль денег.

Человечество долго искало тот универсальный денежный товар, который будет интересен для всех участников рынка и позволит вести любые сделки. В течение многих веков наиболее удобным денежным товаром казались драгоценные металлы — серебро и золото, которые имели ряд преимуществ:

- 1) однородность;
- 2) высокая ценность даже малого объема;
- 3) устойчивость к воздействиям окружающей среды;
- 4) легкая делимость на произвольные по размеру части;
- 5) умеренная ограниченность;
- 6) относительная стабильность предложения.

Вот почему золото и серебро в виде слитков и монет надолго стали основой денежных систем многих стран мира и на протяжении веков слова «золото», «серебро» и «деньги» были синонимами.

Лишь относительно недавно в денежном мире произошла революция — появились бумажные деньги. Впервые они были пущены в обращение в Древнем Китае в IX в. Впрочем, и в других странах широко пользовались заменителями «настоящих денег», т. е. монет из благородных металлов. Номинал таких знаков оплаты удостоверялся печатью государя или подписью и личной печатью купца или банкира. Например, на Руси для этого пользовались кусочками штемпелеванной кожи, а в Китае XIII в. император Хубилай повелел «чеканить» деньги из коры тутового дерева, заверяя их своей императорской печатью.

В странах западной цивилизации пионером в деле широкого выпуска бумажных денег стали Североамериканские Штаты (предтеча нынешних Соединенных Штатов Америки) — в 1690 г. такие денежные знаки

стал печатать штат Массачусетс. В Европе первой решила перенять американский опыт Франция: в 1716—1720 гг. знаменитый экономист и банкир Джон Ло начал печатать банкноты Королевского банка.

Первоначально наибольшее распространение получили частные (т. е. негосударственные) деньги в форме банкноты, что означает «банковские билеты». Такой банковский билет выписывался банкиром. Это было его обязательство выплатить в любой момент подателю билета указанную на этом документе денежную сумму. Чем богаче был банк, чем выше была его репутация, тем больше доверия вызывали его банковские билеты и тем шире они использовались в расчетах купцов и граждан, заменяя золото и серебро.

Надо сказать, что внедрение банкнот как нового вида денег вовсе не вызывало особого восторга. Напротив, еще в 1725 г. выдающийся английский философ, историк и экономист Дэвид Юм предлагал ни много ни мало как просто уничтожить бумажные деньги на 12 млн фунтов стерлингов, что составляло 40% всей массы денег, обращавшихся в Англии в тот момент! По его мнению, такая «казнь» бумажных («плохих») денег стала бы верным способом вызвать приток в королевство драгоценных металлов («хороших денег»).

Критика бумажных денег не осталась незамеченной. В дальнейшем, когда многие страны стали создавать центральные банки, именно последним было дано исключительное право выпуска банкнот — но уже от имени государства. Причина была проста: считалось, что это гарантирует наивысшую надежность банкнот и исключает эмиссию денег, не обеспеченных реальными ценностями (первоначально надежность банкнот гарантировалась их свободным обменом на золото).

Эмиссия денег — выпуск в обращение дополнительного количества денежных знаков.

Начиная со времен Первой мировой войны в большинстве стран мира банкноты центральных банков стали основным средством всех наличных платежей, т. е. главной формой наличных денежных средств. Их дополняет разменная монета, которую чеканят специальные государственные организации — монетные дворы.

Наряду с наличными деньгами люди издавна стали пользоваться безналичными денежными средствами (безналичным денежным оборотом). Они представляют собой суммы:

- 1) выраженные в тех же денежных единицах, что и наличные деньги;
- 2) хранящиеся в специальных коммерческих организациях — • банках;
- 3) используемые для расчетов путем изменения записей в специальных книгах или на магнитных носителях для компьютеров.

Безналичные денежные средства — суммы, хранящиеся на счетах граждан, фирм и организаций в банках и используемые для расчетов путем изменения записей в банках о том, кому какая сумма таких денежных средств принадлежит.

С учетом этого устройство современных денежных систем можно представить следующим образом (рис. 11.1).

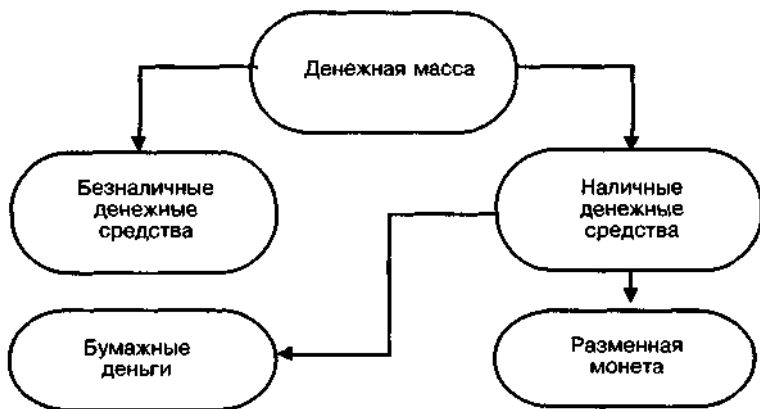


Рис. 11.1. Основные элементы современных денежных систем

Познакомившись с историей возникновения современных форм денег, вернемся к вопросу о том, зачем все же люди придумали деньги.

Деньги были созданы прежде всего для облегчения обмена. А поскольку обмен — одно из самых древних занятий человечества, в ту же седую старину уходят корни и денежной системы.

Образно сказал о рождении денег выдающийся историк Фернан Бродель: «Как только происходит обмен товарами, немедленно же раздается и лепет денег».

Хотя человечество изначально придумало деньги лишь для облегчения и ускорения обмена, со временем деньги начали выполнять и другие функции.

Сегодня в мире экономики деньги выполняют три основные функции (рис. 11.2):

- 1) средства обмена;
- 2) средства измерения (учета);
- 3) средства сбережения.

Наличные денежные средства — бумажные деньги и разменная монета.



Рис. 11.2. Функции денег в экономике

Страницы экономической истории человечества

С монетой сквозь века

Монеты, которые ныне чеканятся на государственных монетных дворах, — это самый древний вид денег: в Древней Греции монеты начали чеканить еще в VIII-VII вв. до н. э. В Риме первый монетный двор был учрежден при храме Юноны-Монеты, откуда и произошел этот термин. Материалом для изготовления монет обычно служат специальные сплавы, обладающие хорошей устойчивостью к истиранию, поскольку монета так быстро переходит из рук в руки, что мягкий металл не прослужил бы и года.

История монет красочна и многообразна, но в ней можно проследить одну сквозную линию: человечество постепенно осознавало, что деньги вообще и монета в частности — лишь символ стоимости. Металл, идущий на изготовление монеты, не обязательно должен реально стоить столько, сколько на ней указано. Эта аксиома позволила монархам всего мира заниматься «порчей монет» — так называли в старину чеканку монет, металл в которых стоил дешевле номинала.

Например, за время своего правления Петр I вдвое обесценил рубль, сократив именно в такой пропорции количество серебра, расходуемого на чеканку рублевой монеты.

Правда, Петр вел себя с деньгами все же довольно осторожно, учтя, видимо, отрицательный опыт своего отца — царя Алексея Михайловича, который в «порче монет» зашел слишком далеко. Чтобы пополнить казну, в 1656 г. Алексей Михайлович просто повелел изъять из обращения все серебряные монеты, а вместо них начеканить монеты того же номинала, но из меди. Это означало, что монеты стоимостью 100 руб. можно было изготовить из медного слитка, стоившего всего 2 руб.

Такой поступок вызвал возмущение граждан и привел к появлению в стране двух видов денег: те серебряные рубли, которые удалось сохранить, стали самым желанным средством обращения, и за них можно было купить абсолютно все — в отличие от медных рублей, которые никто принимать не хотел. Следствиями такого развала денежной системы немедленно стали разрушение торговли и рост цен.

Кончился же денежный эксперимент царя Алексея Михайловича восстанием в Москве 4 августа 1662 г. Это восстание, вошедшее в историю под названием «Медного бунта», жестоко подавили — более 1 тыс. человек было убито, повешено, потоплено в Москве-реке, но тем не менее через год обесцененные медные деньги в России были изъяты из обращения.

Золотые и серебряные монеты были в повсеместном обращении еще и в XX в. В России, например, до революции чеканились монеты номиналом 5, 10 и 15 руб. (империал), а также в 7 руб. 50 к. (полуимпериал). Впрочем, и сегодня чеканка золотых монет продолжается, но очень ограничено, и эти монеты не предназначены для свободного обращения — их покупают коллекционеры и те, кто предпочитает, подобно пушкинскому Скупому рыцарю, хранить свои сбережения в золотых монетах. В силу этого самая известная золотая монета «крюгерранд», которую чеканят в ЮАР, даже не имеет номинала: цена ее определяется соотношением спроса и предложения.

§ 38. Роль денег как средства обмена

Некогда один мудрец сказал, что деньги — это дорога, по которой катится колесо торговли. Другой мудрец сравнил деньги с универсальным языком, на котором говорят в мире торговли. И оба были правы.

Деньги были рождены торговлей именно потому, что они облегчали обмен товарами. Без помощи денег более или менее легко может состояться только прямой обмен, когда у каждого из партнеров есть то, что нужно другому.

Действительно, представьте, что пастух принес на рынок овечьи шкуры, чтобы выменять на них башмаки; обувщик принес башмаки, чтобы выменять на них полотно; а ткач принес полотно, чтобы выменять на него шкуры. Каждый из них предлагает свой товар тому, у кого хочет выменять желанные блага. Но, увы, взаимного интереса не находит, и обмен не получается (рис. 11.3 а).

Пунктирные стрелки показывают неудовлетворенные запросы всех участников торга. Полотно, пройдя через руки пастуха (рис. 11.3 б), связало всех торгующих между собой в одну цепь, и каждый получил то, что хотел. Обоюдострые стрелки символизируют запросы и предложения.

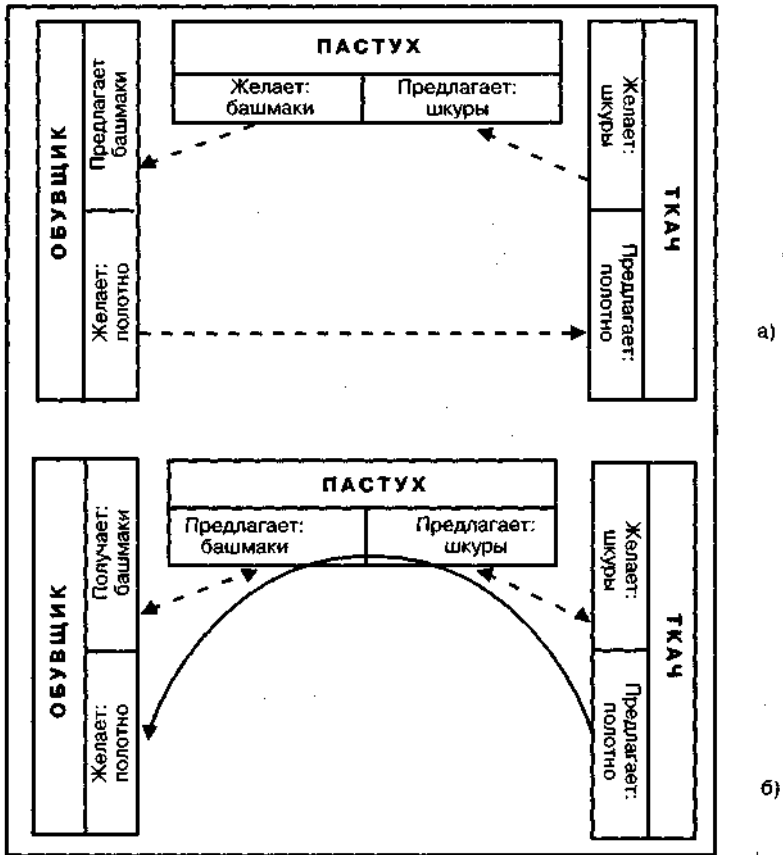


Рис. 11.3. а) Организация обмена товарами без использования денежного товара;
б) Организация обмена товарами с использованием денежного товара (полотна)

Именно такие ситуации делают крайне неудобной ту форму обмена, с которой мы здесь сталкиваемся. Она называется бартером.

Бартер — прямой обмен одних товаров или услуг на другие без использования денег.

При бартере ты должен найти партнера, который обладает нужным тебе благом и готов обменять его на то благо, которым располагаешь ты сам. Чем шире становился круг благ, которые люди создавали и которыми хотели обмениваться, тем труднее становилось вести обмен на основе таких принципов.

В ситуации, проиллюстрированной рис. 11.3 *а*, участники обмена смогут выйти из тупика лишь в том случае, если один из них догадается пойти на двухшаговый обмен. Как мы видим на рис. 11.3 *б*, до этого первым додумался пастух: он поменял принадлежащие ему шкуры на полотно — товар, который лично ему не нужен. Но за это полотно он получил наконец у обувщика (нуждавшегося в полотне) именно то, что желал иметь с самого начала, — башмаки. Это означает, что на этом рынке полотно взяло на себя роль денег (или, как иногда говорят, денежного товара). И тогда стало возможно справиться с несовпадением меновых желаний и возможностей участников обмена.

Иными словами, деньги выступают, в определенном смысле, «общим знаменателем» для меновых желаний всех участников рынка.

В результате возникает поразительная возможность разделить во времени и пространстве два поступка: продажу товаров, которыми ты уже владеешь, и покупку товаров, которые ты только еще хочешь получить. Теперь не нужно, как при бартере, искать прямой обмен. Достаточно продать свой товар за деньги и уже с ними искать того, у кого можно купить нужное.

Это значительно облегчает и ускоряет обмен, или, как говорят экономисты, «обращение» товаров между участниками торговли.

Отсюда мы можем вывести первую часть определения понятия «**деньги**».

Деньги — особый товар, который принимается всеми в обмен на любые другие товары и услуги.

Деньги служат тем универсальным языком, с помощью которого легко договариваются между собой все продавцы и покупатели. И пока с деньгами все в порядке, «разговор торговли на языке денег» происходит без проблем. Но если дела в денежном мире разлаживаются, то торговлю сразу же начинает «лихорадить», а следом «заболевает» вся экономика.

§ 39 . Роль денег как средства измерения

Менее очевидна, но не менее важна вторая роль денег — роль средства измерения (учета).

В механизме бартерной торговли на примере рис. 11.3 участники рынка в конце концов придумали единый товар, в котором соизмерили свои желания и предложения. Таким денежным товаром здесь оказалось полотно.

Так происходит и в реальной жизни. Только здесь чаще бывает несколько денежных товаров, через которые участники торгового обмена соизмеряют предлагаемые ими к обмену блага.

Так, в России в конце 1991 г. на пороге экономических реформ дефицит всех товаров стал настолько острым, что обычные деньги почти перестали быть полезными — огромная доля торговли пошла на основе бартера. И тут же выявились новые денежные товары (автомобили, лес, сталь, бензин, мясо), на которые можно было выменять все, что нужно.

Вот, например, как выглядела составленная еженедельником «Коммерсантъ» таблица обмена этих денежных товаров друг на друга (табл. 11.1).

Таблица 11.1

Товары — заменители денег в России (пропорции обмена товаров друг на друга без использования денег)

Бартерные товары								
	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Автомобиль «ГАЗ-2410» (за 1 шт.)		1,7	1940	820	460	120	35	515
2. Автомобиль «КАМАЗ» (за 1 шт.)	0,6		1150	485	270	72	20	305
3. Цемент М-400 (за 1 т)	0,0005	0,0009		0,4	0,2	0,06	0,02	0,3
4. Древесина (за 0,6 куб. м)	0,001	0,002	2,5		0,6	0,15	0,04	
5. Бензин А-76 (за 1 т)	0,002	0,004	4,2	1,8		0,26	0,07	1,1
6. Стальной уголок (за 1 т)	0,008	0,014	16	6,8	3,8		0,28	4,2
7. Мясо мороженое (за 1 т)	0,03	0,05	57	24,4	13,6	3,6		15,3
8. Кирпич красный (за 1 тыс. шт.)	0,002	0,003	3,3	1,7	0,9	0,24	0,07	

Таким образом, за 1 т бензина можно было получить 4,2 т цемента или 70 кг мяса, или 1100 штук красного кирпича.

Бартер на самом деле крайне неудобная форма обмена. Мало того что он требует совпадения меновых интересов его участников, но он порождает огромную множественность «черезоварных» цен. Например, каж-

дый товар в табл. 11.1 имеет 7 цен — в зависимости от того, через какой иной товар мы пожелаем выразить его ценность.

При бартере неизбежно обнаруживается, что одни товары нужны более широкому кругу покупателей, чем другие. И такие наиболее желанные товары становятся заменителями денег — денежными товарами.

Видимо, именно такое выделение товаров — «королей бартерного соизмерения» — и привело людей к гениальному открытию. Его суть внешне проста: рыночная ценность абсолютно всех товаров может быть соизмерена через один и тот же денежный товар, или, проще говоря, деньги.

Эта, казалось бы, столь очевидная мысль дала не менее мощный импульс всему экономическому прогрессу человечества, чем изобретение колеса или паровой машины. Ее практическая реализация позволила перейти от сложного и медленного бартера к наиболее удобной и быстрой форме обмена — торговле — и открыла дорогу для дальнейшего развития специализации и роста производительности.

Но если люди утрачивают доверие к деньгам, то древний бартер не медленно возрождается, а затем появляются новые денежные товары.

Так, в конце 80-х годов в Польше расстройство экономики и денежного хозяйства привело к тому, что злотый — денежная единица страны — фактически был вытеснен из обращения товаров. Его заменили наиболее общепризнанные денежные товары — сигареты и водка. Это значит, что цены всех товаров люди стали назначать в пачках сигарет и бутылках водки. В этих «денежных единицах» стали заключаться даже договоры между предприятиями на поставку товаров.

Поскольку переход от денежной торговли к бартерной затрудняет торговлю и усугубляет экономические трудности страны, понятно то внимание, которое правительства всех стран мира уделяют поддержанию порядка в денежном хозяйстве.

Если в этом хозяйстве дела обстоят нормально, то можно не только улучшить условия для торговли. Появляется возможность организовать учет доходов и расходов граждан и фирм в единой системе единиц измерения. Значит, облегчается и организация производственно-коммерческой деятельности, равно как и деятельность государственных органов.

Но если нет единого денежного товара, то как владелец фирмы может соизмерить свои затраты на приобретение ресурсов для производства с выручкой от продажи изготовленных товаров? Ведь часть ресурсов он выменял на кирпич, часть — на цемент, часть — на стиральный порошок. В свою очередь, изготовленные его фирмой товары он отдал

в обмен на легковые автомобили и водопроводные трубы. И как теперь понять, выгодна ли работа фирмы владельцу?

Если и затраты, и выручка от продаж выражены в деньгах, то достаточно вычесть общую сумму затрат из суммы выручки и сразу становится видно — есть у фирмы прибыль или нет.

При наличии прибыли у владельца появляются деньги для развития фирмы и своих личных нужд. Если затраты больше выручки, то владельцу надо срочно принимать меры для улучшения работы фирмы.

Теперь мы можем сформулировать, что такое деньги, уже более широко.

Деньги — особый товар, который принимается всеми в обмен на любые другие товары и услуги, позволяя единообразно соизмерить все товары для нужд обмена и учета.

§ 40. Роль денег как средства сбережения

Пожалуй, ни об одной функции денег не написано так много, как о функции средства сбережения или накопления сокровищ. Помните, например, у Пушкина в «Скупом рыцаре»:

Деньги ? — Деньги

Всегда, во всякий возраст нам пригодны;

Но юноша в них ищет слуг проворных

И не жалея шлет туда, сюда.

Старик же видит в них друзей надежных

И бережет их как зеницу ока.

Удивительное свойство денег как средства сбережения — их способность на долгие годы сохранять для своего владельца возможность получения жизненных благ. В этом смысле деньги выступают как «консервированное потребление». Эти «консервы» можно накапливать, чтобы потом использовать в момент, когда того пожелает их обладатель.

Именно это имел в виду барон — Скупой рыцарь, когда, разглядывая свои сундуки с сокровищами, говорил:

Лишь захочу — воздвигнутся чертоги;

В великолепные мои сады

Сбегутся Нимфы резвою толпою;

И Музы дань свою мне принесут...

Конечно, деньги — не единственная форма сокровищ. Эту роль у них оспаривают многие ценности иного рода: недвижимость (земельные участки или дома), произведения искусства, антиквариат, драгоценности, коллекции марок или монет и даже винные погреба.

Все эти активы при необходимости можно использовать для того, чтобы выменять на них какие-то другие блага.

Активы — все ценное, что человеку, фирме или государству принадлежит на правах собственности.

Для использования неденежных активов, таким образом, владельцу надо либо найти способ прямо обменять их на нужные ему блага, либо сначала превратить неденежные активы в деньги. Последнее возможно только путем ликвидации (продажи) активов.

Однако если активы хранятся в форме денег, то задача предельно облегчается. Ведь деньги можно использовать для приобретения нужных благ без всяких промежуточных операций, т. е. непосредственно. Деньги имеют большое преимущество перед остальными активами — они абсолютно ликвидны.

Ликвидность — степень легкости, с которой какие-либо активы могут быть превращены владельцем в деньги.

Действительно, для продажи дома, земельного участка или картины знаменитого художника (ликвидации имущества) требуются время и немалые усилия. Более того, заранее даже трудно сказать, сколько удастся выручить денег. Например, мало кому удастся точно предсказать результаты аукционов знаменитой фирмы «Сотбис», где обычно продаются картины великих художников. Иногда цены взлетают до небес, а иногда полотна снимают с торгов: никто не хочет дать за них и стартовой, минимальной цены. Следовательно, все неденежные формы сокровищ куда менее ликвидны, чем сами деньги.

Поэтому сбережение денег как таковых в принципе наиболее удобно, поскольку денежные сбережения могут быть использованы для трат немедленно.

Однако возможность использования денег как средства сбережения важна не только для того, чтобы зарезервировать часть нынешних доходов для будущего потребления или постепенно собрать большую сумму для дорогостоящей покупки. Если бы деньги не признавались людьми как средство сбережения, они не могли бы служить и средством обмена.

В самом деле, от получения продавцом денег за проданные товары до покупки чего-то им самим может пройти время. Если все это время деньги не будут сохранять свою ценность, т. е. способность служить платой за новую покупку, то никто не согласится принимать их в обмен на материальные блага и услуги. Чем менее товар способен сохранять свою

ценность и пригодность для роли средства сбережения, тем меньше его шансы на превращение в денежный товар.

Характерно, что во времена военного коммунизма в Советской России, когда денежное хозяйство разрушилось и бумажные деньги потеряли способность служить средством сбережения, люди стали делать сбережения в товарах, которые хорошо сохранялись и не теряли своей ценности со временем. Этими товарами стали соль и спички.

Но даже если в денежной системе страны все обстоит нормально и выпущенные в обращение деньги признаются всеми и как средство обращения, и как средство сбережения, то это еще не означает, что хранение сбережений в форме денег — однозначно наилучшее решение.

Нет, речь идет не о возможности ограбления (хотя похитить сумму денег, на которую можно купить дом, куда легче, чем украсть сам дом!).

Дело в том, что накопление сокровищ в денежной форме чревато для их владельца определенными потерями. Эти потери порождаются двумя причинами:

1) упущенной возможностью получения дохода. Деньги могли бы принести доход при вложении их в коммерческие операции;

2) обесценением денег в результате роста цен (разговор об этом нас ждет в следующей главе).

Поэтому выбор формы накопления сокровищ — сложная экономическая задача, решать которую приходится всем: и профессиональным экономистам, и простым гражданам, которым удалось сделать хотя бы небольшие сбережения.

Итак, теперь мы можем дать наиболее полное определение того, что есть **деньги**.

Деньги — особый товар, который: 1) принимается всеми в обмен на любые другие **товары** и услуги, 2) позволяет единообразно соизмерить все товары для нужд обмена и учета, а также 3) дает возможность сохранить и накопить часть текущих доходов **в форме** сбережений.

Основные выводы

1. Деньги были придуманы человечеством прежде всего для облегчения торговли. Первоначально роль денег играли самые различные блага, и лишь потом появились современные формы денег.

Признаком денег является способность выполнять три функции: средства обмена, средства измерения рыночной ценности товаров и средства сбережения.

2. Деньги облегчают торговлю потому, что они принимаются к обмену на любые товары. Это позволяет сделать торговлю универсальной

и разнести во времени факт продажи товара и использования вырученных денег для покупки другого товара.

3. Возникновение современных форм денег было вызвано неудобством бартера, который замедляет обращение товаров и требует чрезвычайной множественности относительных цен. Деньги позволили упростить функционирование механизма цен и облегчили всю хозяйственную жизнь общества. Деньги, кроме того, позволяют выражать ценность всех товаров в единой системе мер и учитывать их для нужд контроля и управления.

4. Деньги позволяют накапливать сокровища в наиболее ликвидной форме. Но обладание сокровищами в чисто денежной форме может быть сопряжено с потерями. Эти потери могут иметь вид неполученного дохода, который можно было бы извлечь при вложении сбережений в коммерческие операции. Кроме того, денежные сбережения могут пострадать от инфляции.

Контрольные вопросы

1. Каковы главные признаки товара, способного играть роль денег?
2. Почему в качестве денежного товара лошади менее удобны, чем золотой песок?
3. Из каких основных элементов состоит денежная масса?
4. Когда коллекционеры марок меняются друг с другом, то с какой формой обмена мы здесь сталкиваемся?
5. Что такое денежный товар?
6. Какое влияние развитие специализации оказало на формы организации торговли?
7. Почему людям необходим единый соизмеритель товаров?
8. Какой товар может стать денежным в ситуации бартера?
9. Сколько бартерных цен существует на рынке с 25 товарами?
10. Какие блага чаще всего играют роль сокровищ?
11. Почему в качестве государственных сокровищ обычно используется золото, а не антиквариат?
12. Почему хранить сокровища в форме кладов невыгодно?

Вопросы для обсуждения

1. Почему золото и серебро были главными денежными товарами, а стойкие и высокоценные бриллианты — нет?
2. В свое время коммунистическое правительство Советской России для оплаты закупаемых тракторов продало в США некоторые из шедев-

ров живописи, хранившихся в Эрмитаже. Можно ли считать такое использование сокровищ выгодным?

3. Еще в XVI в. известный британский финансист сэр Томас Грэшем подметил в мире денег тенденцию, которую он сформулировал следующим образом: «Плохие деньги всегда вытесняют хорошие из повседневного обращения». Что именно он имел в виду?

ГЛАВА 12.

ЧЕЛОВЕК НА РЫНКЕ ТРУДА

Цена человека — его зарплата.

Английская пословица

Окончив институт, все вы окажетесь в роли продавцов. Правда, товар, который вы будете предлагать к продаже, будет особого рода — это ваша способность трудиться. Именно ее вы будете продавать всю жизнь, стараясь получить как можно большую цену.

Для того чтобы не прогадать в таком торге, вам стоит теперь познаться с одним из главнейших рынков ресурсов (факторов) производства — рынком труда.

§ 41. Экономическая природа рынка труда

В гл. 1 мы уже выяснили, что на рынке труда продают и покупают трудовые услуги, связанные с использованием умственных и физических способностей людей, а также их навыков и опыта для производства экономических благ. Роль рынка труда в экономике каждой страны чрезвычайно велика в силу того, что подавляющее большинство людей в любой стране получают доходы именно благодаря ему, продавая свой труд.

Рынок труда — совокупность экономических и юридических процедур, позволяющих людям обменивать свои трудовые услуги на заработную плату и другие выгоды, которые фирмы согласны им предоставить в обмен на эти услуги.

Таким образом, рынок труда соединяет людей, желающих продать свои трудовые услуги, и организации, которые хотят эти услуги купить для осуществления своей деятельности. Последние обычно обозначаются терминами «работодатели» или «наниматели».

Круг продавцов на рынке труда чрезвычайно разнообразен. В него входят и шахтер, нанимающийся для добычи угля под землей, и рок-певец, подписывающий договор на проведение концертов в лучших залах страны, и ученый, получающий деньги для проведения нужных заказчику исследований, и министр, которому государство платит жалование за руководство определенной сферой деятельности.

Все они предлагают на рынке труда свои трудовые услуги в надежде получить место работы, где за использование этих услуг им будут пла-

тить. Но успешность продаж у всех различна: кто-то находит место без проблем, а кто-то месяцами мается без работы, кто-то получает за свой труд доходы, позволяющие жить в роскоши, а кому-то едва хватает заработков, чтобы прокормить семью. В причинах таких различий мы и будем разбираться, анализируя работу рынка труда.

Прежде всего, отметим, что продаваемый здесь товар — трудовые услуги:

1) крайне разнообразен (трудовые услуги официанта и трудовые услуги банкира весьма различны между собой);

2) не существует отдельно от людей, которые оказывают эти услуги.

Это придает функционированию рынка труда несколько существенных особенностей:

1) спрос здесь предъявляется не на трудовые услуги вообще, а на услуги определенного типа и сложности (например, не на услуги шоферов вообще, а на услуги водителей автобусов с определенным уровнем квалификации и опыта);

2) наряду с общенациональным существуют местные рынки труда (например, рынок труда Ивановской области или рынок труда Краснодарского края), на которых соотношения спроса на трудовые услуги одного и того же типа и их предложения могут существенно различаться;

3) предложение трудовых услуг может варьироваться в силу того, что люди способны менять профессию, овладевая иной квалификацией.

Развитие событий на рынке труда тесно связано с тем, как ведет себя рабочая сила, выступающая на нем продавцом. Под рабочей силой в данном случае мы понимаем всех людей трудоспособного возраста, которые могут и желают продать свои трудовые услуги.

Например, рынок труда балансируется тем легче, а хозяйство любой страны развивается, как правило, тем лучше, чем больше мобильность рабочей силы, имеющейся в этой стране. Мобильность рабочей силы бывает двух видов:

1) профессиональная;

2) территориальная.

Под *профессиональной мобильностью* рабочей силы понимается способность человека овладевать разными профессиями и переучиваться в течение жизни. Естественно, человек делает такой шаг только в том случае, если его принуждают обстоятельства или ему это выгодно.

И в промышленно развитых странах не редкость, когда меняют профессии даже люди с высшим образованием. Они снова садятся на студенческие скамьи и приобретают новые профессии, которые сулят более выгодные условия труда. Аналогичная ситуация сложилась сегодня

и в России. Например, в 1992—1993 гг. у нас вдруг возник бум бухгалтерских курсов. Туда пошли переучиваться массы работников научно-исследовательских институтов, конструкторских бюро и различных государственных контор.

Они надеялись найти работу в коммерческих организациях и получить более высокий заработок, чем на прежнем месте работы (и многим это удалось).

Под *территориальной мобильностью* рабочей силы мы понимаем способность и готовность людей менять место жительства ради получения работы.

Например, американские рабочие и служащие за свою жизнь меняют место работы 10 и более раз, из-за чего средний срок работы на одном месте сократился в США до 3,6 года.

И дело тут не в каком-то особенном, «непоседливом» характере американцев. В любой стране мира большинство наемных работников постоянно «оглядываются по сторонам» в поисках места, где за такую же работу платят получше. И если находят соответствующее место, то немедленно делают попытку перейти работать туда.

Такое рациональное поведение присуще людям всех стран — даже японцам, воспитанным на традиции пожизненного найма, при котором рост зарплаты находится в прямой зависимости от стажа работы. Но вот однажды в Японии возникла нехватка рабочих рук и появилась возможность получить более высокую зарплату в других фирмах. И жители Страны восходящего солнца повели себя точно так же, как американцы. В 1989 г. со старой работы ушли почти 3 млн японцев, а опросы показывали, что готовы были к переходу 41 % мужчин в возрасте от 20 до 29 лет.

Познакомившись с тем, что продается на рынке труда, и с особенностями поведения продавцов, перейдем к тому, как работает рынок труда и как на нем формируется рыночная цена трудовых услуг — **ставка заработной платы**.

Ставка заработной платы — денежная сумма, выплачиваемая работнику за трудовые услуги, оказанные им в течение определенного периода времени (часа, смены или месяца) или необходимые для выполнения определенного объема работы (например, изготовление одной детали).

§ 42. От чего зависит спрос на рынке труда

Необходимо сразу обратить внимание на то, что рынок труда — это рынок не первичного спроса (с ним мы встречаемся на рынках товаров и услуг), а **спроса производного**.

Дело в том, что способность трудиться как таковая (т. е. свободное время и навыки) даже самого квалифицированного работника (например, токаря или парикмахера) никому не нужна. Ее нельзя потребить впрямую. И время труда, и навыки любого рода приобретают ценность для общества — и превращаются в интересующий рынок товар! — только в том случае, если есть спрос на товары и услуги, для производства которых нужно это время и эти навыки. Иными словами, трудовые способности токаря могут быть проданы на рынке труда лишь в том случае, если в стране есть спрос на продукцию машиностроительных предприятий. Да и самый искусный парикмахер может получить место лишь в том случае, если люди готовы платить за услуги парикмахерских, а не предпочитают стричься дома по старинной русской моде — «под горшок».

Поэтому число работников, которые могут получить работу (продать свое время и навыки), прямо определяется положением дел на товарных рынках. Именно это обстоятельство и иллюстрирует рис. 12.1.

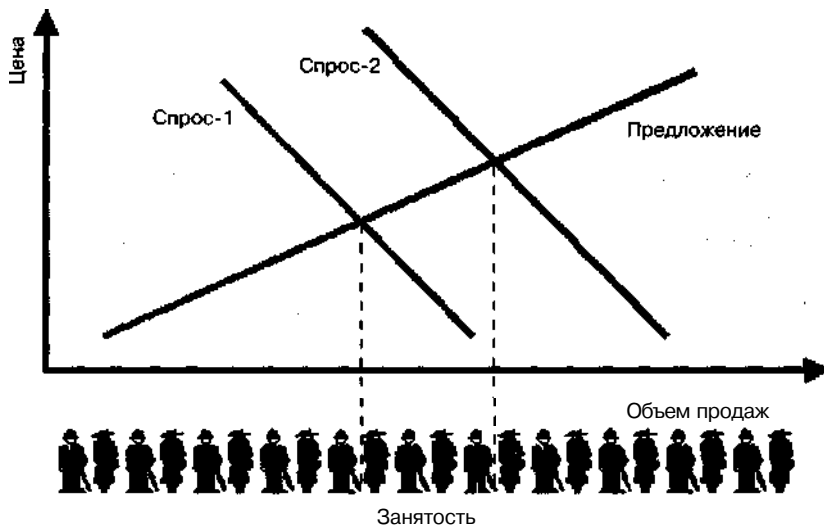


Рис. 12.1. Взаимосвязь между товарными рынками и занятостью

Как видно на рис. 12.1, если ситуация на рынке определяется кривой «Спрос-1», то занятость составит 9 условных работников (фигурки, изображенные ниже оси «Объем продаж»). Но если спрос на товар воз-

растет (кривая спроса сдвинется вправо-вверх до положения «Спрос-2»), то станет возможно продать больше товаров. Для их выпуска потребуются и больше работников. В итоге работу получают еще 4 условных работника, и общая занятость возрастет до 13 человек.

Для остальных же 9 условных работников, изображенных на этом рисунке, дела не будет. То дополнительное количество товаров, которое может быть произведено с использованием их времени и навыков, рынком не востребовано. А значит, их трудовые возможности обществу не нужны (это и есть главная причина безработицы — явления, о котором мы поведем разговор дальше).

Производность спроса на рынке труда определяет зависимость ситуации на нем от положения дел на товарных рынках, т. е. задает рамки, в которых здесь может развиваться рыночный торг.

Производный спрос — спрос на факторы производства, порождаемый необходимостью их использования для производства товаров и услуг.

§ 43. Факторы формирования заработной платы

Мы выяснили, что труд покупается на рынке только потому, что его использование позволяет производить товары и услуги, пользующиеся спросом у покупателей и потому продаваемые. Именно выручка (доход) от продаж таких товаров и услуг образует «чашу», из которой фирма может почерпнуть деньги для оплаты труда.

Надо учесть, что не все содержимое этой «чаши», т. е. не вся выручка от продаж, используется на выдачу заработной платы. Для создания товара или оказания услуги фирме надо приобрести и другие факторы производства: землю и капитал. Расходы на них покрываются также за счет выручки от продаж. Наконец, на часть выручки претендуют владельцы фирмы — как на вознаграждение за свою деятельность и использование своего капитала.

Все это определяет верхнюю границу суммы, которая может быть выплачена работникам за их трудовые услуги.

Посчитаем — подумаем

Представим себе маленькую мастерскую, где изготавливается всего один товар — табуретки. Для этой работы владелец мастерской нанял одного столяра, изготавливающего за месяц 150 табуреток: по 7 табуреток в обычные дни и 6 табуреток по пятницам, в укороченный день.

Цена одной такой табуретки составляет на рынке 400 руб., а общая выручка от продаж — 60 000 руб. в месяц.

Прочие производственные затраты (плата за использование помещения для мастерской, доски, лак и электричество) составляют ежемесячно 30 тыс. руб. Чтобы организовать мастерскую, ее владельцу пришлось вложить в дело 500 тыс. руб. Если бы он положил ту же сумму на хранение в банк, то получал бы ежегодно доход в размере 300 тыс. руб., так как по сберегательному вкладу банк в этот период платил 60% в расчете на год.

Соответственно от деятельности мастерской хозяин хотел бы получать по крайней мере такой же доход. Значит, он будет ежемесячно брать из выручки на свои личные нужды 25 тыс. руб. (300 тыс. руб./12 месяцев).

Сколько же в этих условиях сможет получить за свои трудовые услуги наемный работник — столяр?

Для ответа на этот вопрос вычтем из выручки от продаж доход владельца мастерской и прочие производственные затраты. Остаток составит 5 тыс. руб. (60—30—25) в месяц. Именно эта сумма и составит верхний предел заработной платы столяра, которую владелец мастерской может ему платить без ущерба для себя.

Анализируя приведенный выше пример, можно сделать первый вывод о границах заработной платы: *заработная плата работника не может быть выше суммы, которую можно выручить на рынке за произведенную им продукцию.*

Действительно, даже если бы хозяин мастерской ничего не брал на собственные нужды, а все прочие производственные ресурсы мастерская получала бесплатно, то зарплата столяра все равно не могла бы превысить выручку от продаж — 60 тыс. руб.

Следовательно, чем выше рынок оценивает продукцию труда, тем выше — при прочих равных условиях — может быть и его оплата. Иными словами, уровни заработной платы не формируются случайным образом, а определяются сложившимися уровнями цен на товары и услуги.

При неизменных ценах на товары и услуги уровень заработной платы может расти лишь в том случае, если повышается производительность труда.

Действительно, если столяр из приведенного выше примера со временем стал работать более производительнее и изготавливать за месяц не 150, а 160 табуреток, то производительность его труда повысилась в 1,07 раза (160/150).

Выручка от продаж у этой мастерской возрастет до 64 тыс. руб. Немного (до 33,7 тыс. руб.) увеличится и сумма прочих производственных затрат, так как придется покупать больше досок и других материалов. После вычета из выручки прочих затрат и собственного дохода владельца мастерской сумма, остающаяся для выплаты заработной платы столяру, возрастет до 5,3 тыс. руб. (64—33,7—25). Это и будет опреде-

лять максимально возможное повышение — на 7% — заработной платы в такой мастерской.

Повысить заработную плату в большей пропорции владелец мастерской будет просто не в состоянии, даже если столяр станет на этом настаивать. Отсюда второй важный вывод о том, как формируется заработная плата: *величина заработной платы, как правило, не может расти быстрее, чем производительность труда, за который ее платят.*

Допустим, что работа мастерской, о которой шла речь выше, организована иным образом. В ней с самого начала работали 2 столяра, и каждый из них получал по 7,2 тыс. руб., изготавливая за месяц по 80 табуреток. Прочие производственные затраты при этом составляли 24,7 тыс. руб. Решив добиться повышения своей зарплаты до 10 тыс. руб. в месяц, столяры обратились с этим требованием к владельцу мастерской. Он заявил им, что в этом случае будет вынужден их обоих уволить, а мастерскую — закрыть, и обосновал свою позицию расчетами.

Поскольку столяры за месяц изготавливали 160 табуреток, то выручка от продаж составляла 64 тыс. руб. За вычетом прочих производственных затрат и дохода самого владельца мастерской сумма, которую можно было направить на оплату труда, составляла 14,3 тыс. руб. ($64 - 24,7 - 25$). Разделив эту сумму пополам между столярами, владелец мастерской определил уровень их зарплаты в 7,2 тыс. руб. ($14,3/2$).

Осуществить повышение зарплаты столярам владелец мастерской сможет лишь за счет собственной прибыли. Тогда его доход на капитал, вложенный в создание мастерской, будет ниже, чем от простого помещения такой же суммы в Сбербанк. В этих условиях ему выгоднее закрыть мастерскую, распродать ее капитал и положить деньги в банк.

Если столяры будут настаивать на своем, то оба останутся без работы. Иными словами, их труд по такой цене куплен не будет.

Этот частный пример отражает общую закономерность формирования спроса на рынке труда. Закон спроса для этого рынка звучит так: чем выше плата, которую работники требуют за свой труд, тем меньшее их число готовы нанять работодатели.

Эта закономерность прослеживается особенно четко в том случае, если остальные рыночные условия остаются прежними (например, не меняются цены на продукцию, для производства которой и нанимают работников).

§ 44. Факторы формирования предложения на рынке труда

Обратимся теперь к изучению того, как на этом рынке формируется предложение. Под ним мы будем понимать число людей, готовых под

влиянием ряда факторов взяться за выполнение той или иной работы (ведь реально рынок труда состоит из множества рынков труда отдельных профессий). Исследования экономистов и жизненный опыт свидетельствуют, что важнейшими из этих факторов являются те, что символически изображены на рис. 12.2.

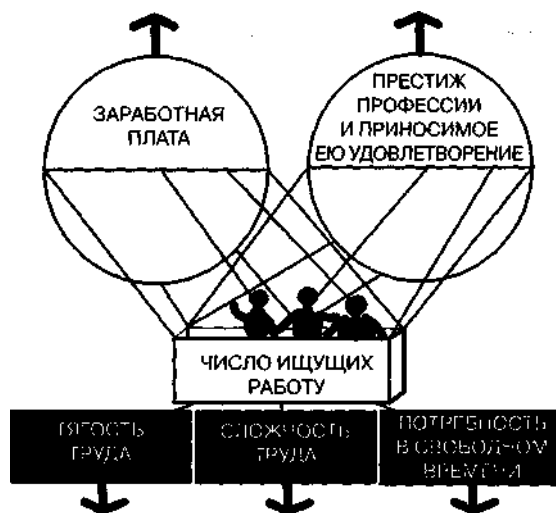


Рис. 12.2. Факторы формирования предложения на рынке труда

Труд — это необходимое условие существования человечества. Обойтись без него невозможно. Но понимание этого все же не превращает труд в физиологическую потребность людей, хотя иногда и работа способна приносить немалую радость (особенно это характерно для людей творческих профессий) или дает высокоценный многими общественный престиж (этот фактор хорошо прослеживается, например, в сфере общественной и политической деятельности).

И все же подавляющее большинство людей занимаются трудовой деятельностью только потому, что это приносит им выгоду и, главное, позволяет получить средства для существования. Отсюда легко прийти к выводу, что основной стимул к трудовой деятельности — та плата, которую за нее можно получить. Именно неизбежность траты своих сил

и времени ради получения заработной платы (без которой своих потребностей не удовлетворить) побуждает человека отказываться от праздности и наниматься на работу. И чем выше эта плата, тем охотнее человек берется за труд.

Но, зная только это, мы еще не поймем всей логики поведения людей на рынке труда. Для этого надо разобраться в том, что может ослаблять готовность людей трудиться.

Вспомним: в мире экономики у каждого выбора есть своя цена. Какую же цену выбора мы платим, когда идем работать? Цена эта измеряется тем свободным временем, которое мы могли бы использовать для занятий тем, что нам приятно, но которое теперь вынуждены отдавать работе.

Другой фактор, который ослабляет интерес людей к труду, — это тяжесть самих обязанностей, которые надо выполнять за плату. Чем более утомителен тот или иной вид работы, чем больше сил он отнимает у человека, тем большую плату люди за него потребуют.

Наконец, на предложение труда влияет сложность обязанностей, которые надо выполнить успешно, чтобы твои трудовые усилия были оплачены.

Для выполнения многих видов работ необходимо иметь особые способности и долго учиться. Но такими способностями наделены не все, и не все согласны на длительный срок профессионального обучения, предпочитая виды деятельности, где этот срок минимален.

Решая для себя — трудиться или бездельничать, а если трудиться, то какую профессию выбрать, люди сопоставляют факторы, отвращающие их от труда вообще или от занятия конкретным видом профессиональной деятельности, с той выгодой, которую они от трудовой деятельности могут получить.

Зная это, мы можем сформулировать закон предложения для рынка труда: чем выше плата, которую работодатели готовы платить за выполнение определенного вида работы, тем большее число людей готовы эту работу выполнять.

Естественно, что и этот закон проявляется именно так при прочих равных условиях. Скажем, заработки знаменитых оперных певцов чрезвычайно высоки, но им нечего опасаться, что завтра у дверей театров выстроятся очереди желающих петь сольные партии. Соответствующими вокальными данными и мастерством наделены очень немногие люди, и повышение ставки заработной платы этого изменить не может.

Закономерности формирования предложения на рынке труда достаточно специфичны, и это хорошо показано на рис. 12.3. На рисунке видно,

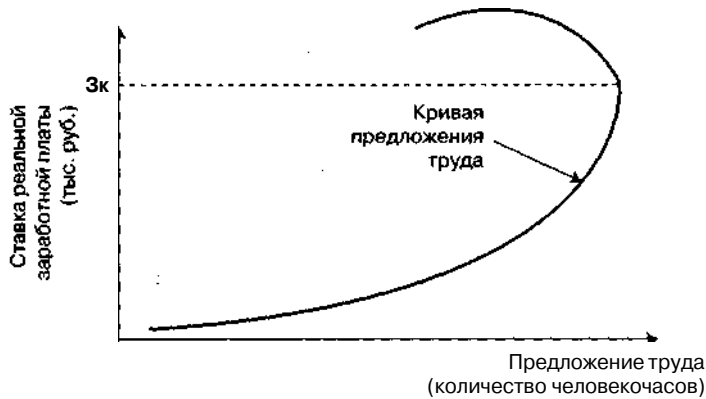


Рис. 12.3. Зависимость предложения на рынке труда от уровня заработной платы

что до определенного уровня (мы обозначили его как критический уровень зарплаты — Z_k) предложение труда (в натуральном выражении, измеренном количеством человекочасов, которые люди готовы трудиться за эту зарплату) возрастает. Но вот выше этого уровня заработной платы предложение труда вдруг начинает сокращаться. В чем причина такого «странного» поведения людей? Неужели их не прельщает еще более высокая заработная плата?

Чтобы найти ответ на эти вопросы, надо вспомнить о той цене выбора в пользу труда, которую мы обнаружили выше. Цена эта определяется теми удовольствиями, которые человек мог получить в свое свободное время и от которых он отказался в пользу хорошо оплачиваемой работы. И когда человек начинает получать все больше денег за свой труд, то перед ним вдруг возникает вопрос: «А может, стоит остановиться в гонке за деньгами и использовать уже полученный немалый доход для того, чтобы больше отдыхать и развлекаться?»

И если человек отвечает себе на этот вопрос положительно, то предложение более высокой заработной платы уже не может заставить его работать больше (недаром крупные бизнесмены, в том числе и российские, жалуются: «На то, чтобы зарабатывать деньги, время есть, а на то, чтобы их тратить, уже не хватает!»). И тогда кривая предложения труда загибается влево и величина этого предложения начинает сокращаться, несмотря на рост заработной платы.

Такая ситуация возникает при достижении человеком того абсолютного уровня доходов, который он, вспомнив житейскую мудрость: «Всех денег не заработаешь», оценивает для себя как «достаточный».

Тягость труда — мера физической и нервной сложности и утомительности выполнения профессиональных обязанностей.

§ 45. Формирование заработной платы на рынке труда

Взаимодействие спроса и предложения на рынке труда подчиняется общим закономерностям рыночных процессов, о которых мы говорили в гл. 3—4. Именно под влиянием этих закономерностей рождается равновесная цена труда — ставка заработной платы работников определенной профессии.

Ставка заработной платы становится равновесной ценой труда в том случае, если при сложившемся ее уровне количество людей, готовых заниматься определенной работой, и число рабочих мест, которое готовы предоставить работодатели, совпадают. Именно этот результат иллюстрирует рис. 12.4.

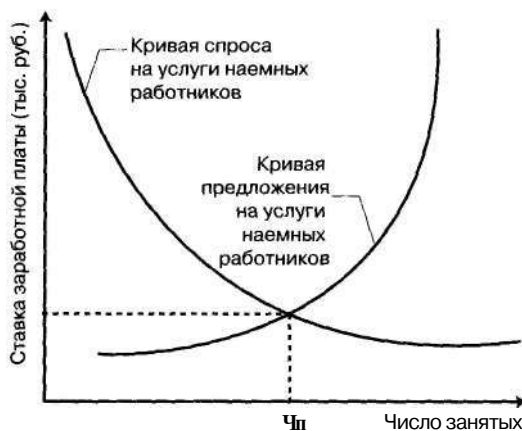


Рис. 12.4. Формирование уровня оплаты труда на рынке труда

Как и цены товаров, формируемая рынком ставка заработной платы весьма изменчива. Причем меняются как абсолютные уровни оплаты труда работников определенных профессий, так и соотношения между ними в зависимости от отрасли или региона страны. С чем это связано?

Мы выяснили, что человеческие потребности крайне разнообразны и переменчивы. Уже это одно делает ситуацию на товарных рынках весьма нестабильной. Кроме того, существует еще масса других факторов: прогресс науки и техники, неравномерное развитие экономик отдельных стран, погодные сюрпризы и т. д.

Все это порождает постоянную необходимость в изменении масштабов производства различных товаров. Выпуск залежавшихся товаров приходится свертывать, а дефицитных — наращивать.

Рис. 12.5 ясно показывает: такие колебания неизбежно должны сопровождаться изменениями численности занятых в производстве этих товаров. На предприятиях, выпускающих залеживающиеся товары, многие работники оказываются лишними, ненужными. Напротив, предприятия, производящие дефицитные товары, нуждаются в дополнительных рабочих и специалистах.

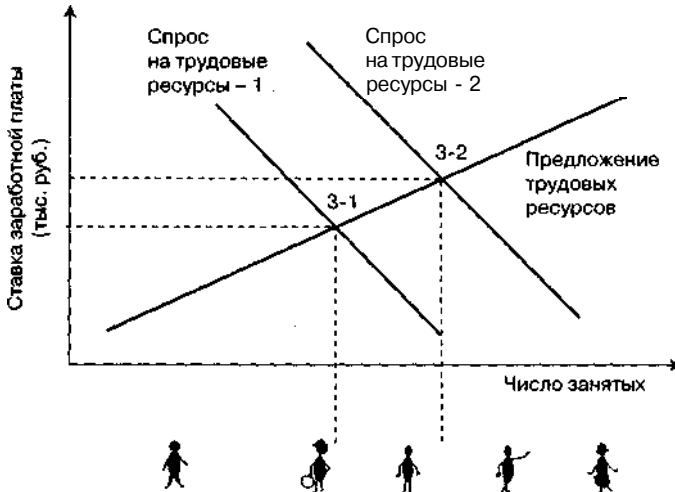


Рис. 12.5. Изменение ситуации на рынке труда при росте спроса на трудовые ресурсы из-за возникновения дефицитности товаров

Решение этой проблемы становится возможным именно благодаря мобильности рабочей силы: она открывает возможность для перехода работников предприятий, сокращающих производство, на предприятия, наращивающие выпуск нужных рынку товаров. Реальное перераспределение работников обеспечивается с помощью механизма цен, действие которого приводит к удорожанию дефицитных товаров, а значит, к росту прибыльности их изготовления. Повышенная прибыльность соответственно позволяет изготовителям предложить дополнительным работникам более высокую заработную плату (кривая спроса на труд сдвигается вправо-вверх).

Как видно на рис. 12.5, возрастание спроса на труд приводит к возможности увеличения как числа занятых, так и уровня заработной платы (с величины 3-1 до величины 3-2).

Узнав, что в другой фирме за примерно такую же работу предлагается более высокая зарплата, люди увольняются и продают свое рабочее время и навыки более щедрому покупателю. Увеличение числа занятых позволяет нарастить выпуск дефицитной продукции, и ее рынок постепенно достигает состояния сбалансированности.

Фирмы, выпускающие ненужную рынку продукцию, напротив, вынуждены сокращать масштабы занятости и своей деятельности в целом. В результате избыток их товаров постепенно «рассасывается» и рынок балансируется.

Таким образом, мобильность трудовых ресурсов является важнейшим условием нормального функционирования товарных рынков. Более того, без такой мобильности работников был бы просто невозможен и научно-технический прогресс в сфере производства. Эту истину наша страна познала дорогой ценой.

Дело в том, что важнейшей чертой такого прогресса является постоянное изменение отраслевой структуры экономики. Новые отрасли, опирающиеся на достижения науки и техники, возникают из небытия и быстро наращивают масштабы своей деятельности, в том числе и за счет привлечения большого числа новых работников. Эти люди приходят из ранее существовавших, но устаревших отраслей, которые начинают постепенно сокращать производство, так как на их продукцию общество предъявляет все меньший спрос.

Но в нашей стране такой механизм реализации достижений науки и техники заработать не мог. Планово-командная экономическая система навязала отечественному рынку труда совсем иную модель поведения: «Долой текучесть кадров, да здравствует пожизненная занятость на одном предприятии!»

Внешне это напоминает модель рынка труда в Японии, где тоже традиционно принята система пожизненного найма в одной фирме, но технический прогресс развивается быстро. Однако японские фирмы имеют, как пра-

вило, много разнообразных предприятий и подразделений. Это позволяет часто переводить работников с одного места работы на другое, чтобы наращивать выпуск той продукции фирмы, на которую спрос наиболее высок.

В нашей стране пропаганда пожизненной занятости на одном предприятии выливалась в то, что работник действительно всю жизнь трудился в одном и том же цехе (а нередко, к сожалению, и на одном и том же безнадежно устаревшем оборудовании). Именно это было одной из причин отставания нашей страны от развитых стран мира во многих сферах технического прогресса. Мы просто не могли достаточно оперативно менять структуру экономики и «консервировали» устаревшие отрасли и производства. Новые же отрасли и предприятия развивались с трудом.

Не лучше дело обстоит и сегодня. Хотя искусственные ограничения на смену места работы и сняты, многие барьеры на пути развития рынка труда остались с прежних времен. Важнейшие из них — дефицит жилья и слабая развитость рынка жилья. Человек, проработавший много десятилетий ради получения бесплатной государственной квартиры, практически привязан к одному месту. Продажа и купля жилья по сей день связаны с такими сложными проблемами, что преодолеть их по силам не каждому.

§ 46. Причины устойчивых различий в уровнях оплаты труда

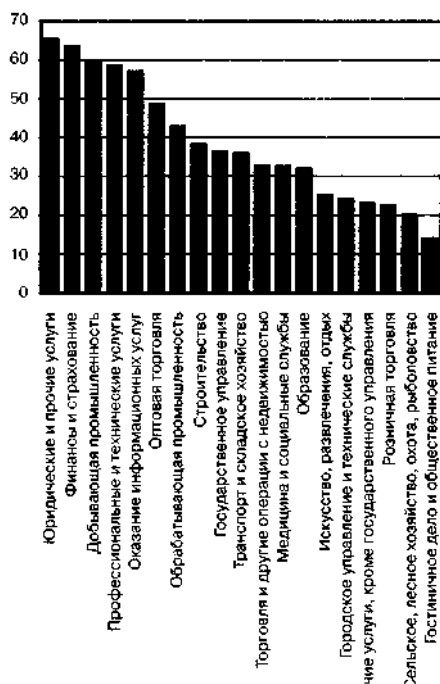
Как практически формируется уровень оплаты труда работников различных профессий и отраслей?

Основой этого процесса является ситуация на рынке товаров, которые производятся тем или иным предприятием. Отсюда вытекает и соотношение спроса и предложения на соответствующем рынке труда, которое определяет заработную плату.

Поэтому различия в оплате и условиях труда между преуспевающими и переживающими трудности фирмами являются обязательным элементом рынка труда.

Но если бы заработная плата определялась только такими краткосрочными изменениями в рыночной ситуации, то в конце концов во всех отраслях и профессиях ее уровень стал бы примерно одинаковым из-за перетока кадров с предприятия на предприятие в погоне за более высокой оплатой труда. Здесь самая подходящая аналогия — уровень воды в сообщающихся сосудах. Ведь все отрасли, как сосуды, соединены друг с другом через общенациональный рынок труда.

Однако физические законы на рынке труда срабатывают не полностью: между отраслями и профессиями, как правило, существуют и устойчивые различия в оплате труда. Некоторое представление о масштабе таких различий при развитом рынке труда можно составить на основе рис. 12.6.



Юридические и прочие услуги	65,6
Финансы и страхование	63,7
Добывающая промышленность	59,7
Профессиональные и технические услуги	58,7
Оказание информационных услуг	57,2
Оптовая торговля	48,8
Обрабатывающая промышленность	43
Строительство	38,4
Государственное управление	36,5
Транспорт и складское хозяйство	36,2
Торговля и другие операции с недвижимостью	32,9
Медицина и социальные службы	32,8
Образование	32,1
Искусство, развлечения, отдых	25,3
Городское управление и технические службы	24,4
Прочие услуги, кроме государственного управления	23,2
Розничная торговля	22,7
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство	20,2
Гостиничное дело и общественное питание	13,7

Рис. 12.6. Уровни заработной платы по отраслям экономики США (2001 г., долл./ч.)

Различия в оплате труда определяются четырьмя главными факторами:

1) **сложностью труда.** Чем сложнее трудовые обязанности, тем дольше им надо обучаться. И чтобы люди на это согласились, дополнительные усилия им надо компенсировать более высокой зарплатой. В большинстве развитых стран мира люди с высшим образованием, как правило, получают больше, чем люди, занятые на работах, где такого образования не требуется.

Это закономерно, поскольку люди с образованием приходят на рынок труда с большим человеческим капиталом, что позволяет им выполнять более ценные для нанимателей виды работ. За больший объем человеческого капитала, предоставляемого в распоряжение нанимателей, они и имеют повышенную оплату. С этих позиций получение лучшего образования выглядит не как удовлетворение людского любопытства, а как усилия по увеличению своего человеческого капитала и созданию себе в будущем более выгодных условий для продажи труда;

Человеческий капитал — знания и навыки, накопленные человеком в результате обучения и предыдущей трудовой деятельности и влияющие на возможность его трудоустройства и уровень получаемой зарплаты.

2) **тягостью труда.** Некоторые рабочие получают больше, чем инженеры. Это связано с тем, что зарплата должна компенсировать им не только усилия по обучению специальности, но и повышенную тягость работы в некоторых типах производств. Именно поэтому обычно довольно высоки заработки рабочих металлургических и химических производств, а также шахтеров;

3) **ограниченностью талантов.** Во всем мире очень высоки заработки выдающихся спортсменов, рок-музыкантов, оперных певцов и кинозвезд. Каждый из таких людей выступает на рынке труда как «уникальный товар» в силу естественной редкости таланта. «Приобрести» же этот товар желает огромное количество зрителей. Иными словами, предложение такого «товара» крайне ограничено при высочайшем спросе. Следовательно, и цена этого таланта, т. е. оплата его труда, взмывает до небес;

4) **степенью риска,** с которой связана та или иная работа. Чем выше риск нужной обществу работы, тем более высокую ставку зарплаты запросят люди, согласные ею заняться. Это четко прослеживается, например, в оплате труда работников таких специальностей, как шахтеры, летчики-испытатели, космонавты, предприниматели и специалисты по биржевым операциям (например, с ценными бумагами): одни из них

рискуют своим здоровьем и жизнью, другие — огромными суммами денег, вложенных в сделки.

Если экономические механизмы страны нормально отлажены, то рынок труда не допускает чрезмерных различий в уровнях оплаты труда для людей массовых профессий. Как можно просчитать на основе рис. 12.6, разброс в уровнях оплаты труда по отраслям экономики США составляет около 4,8 раза.

Куда хуже обстоит дело в экономике, лишенной нормально функционирующего рынка труда и обслуживающих его систем (образования и жилищной торговли). Здесь мобильность рабочей силы резко снижается, что, в сочетании с другими факторами, ведет к огромным экономически необоснованным различиям в уровнях оплаты труда, т. е. к чрезмерной дифференциации заработной платы.

Именно такую ситуацию в российской экономике в 2001 г. демонстрирует рис. 12.7.

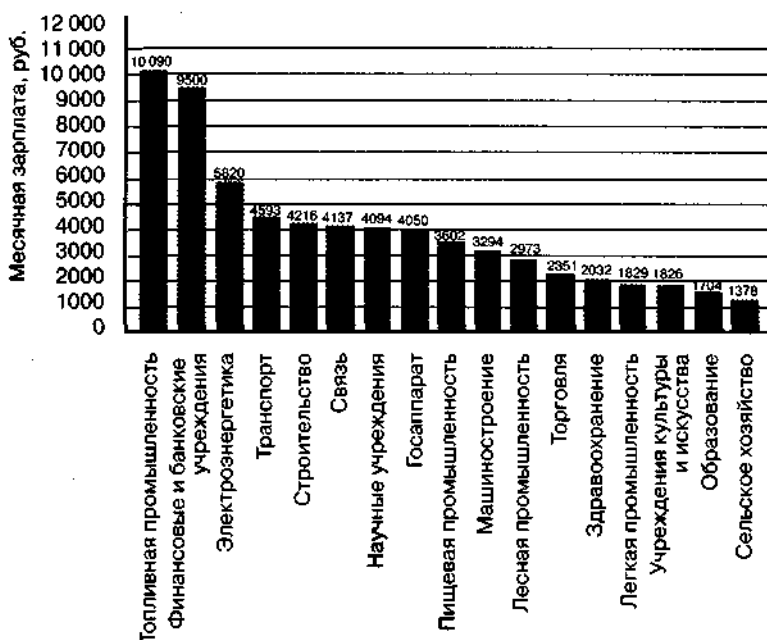


Рис. 12.7. Уровни заработной платы по отраслям экономики России (2001 г., руб./месяц)

Как мы видим, здесь разница в уровнях оплаты труда куда больше, чем в США, — примерно в 6,3 раза. Обратим внимание, что лидерами по уровню зарплаты являются топливная промышленность, банки, электроэнергетика и транспорт. За исключением банков (где причины особенно высоких доходов кроются в близости к выгодам от инфляционного роста денежной массы), три остальных лидера по оплате труда — отрасли, где наименее слаба конкуренция и где фирмы легче всего могут навязать покупателям высокий уровень цен.

Вообще же на уровень заработной платы в России все больше влияют рыночные факторы, а именно баланс спроса и предложения работников по отдельным профессиям (табл. 12.1). Так, в силу острой нехватки производственного персонала ожидается, что предприятия начнут брать на работу менее опытных, молодых специалистов на стажировку, обучать их на ходу. Соответственно требования к специалистам на производстве будут несколько ниже положенных. Однако уже сейчас компании готовы платить своим сотрудникам таких профессий зарплаты, значительно превышающие их реальную стоимость на рынке труда.

Таблица 12.1

Зарплаты специалистов в 2003 г. и прогноз на 2004 г., долл. США¹

Специалисты	2003 г.	2004 г.
Генеральный директор	2000—8000	2000—9000
Директор по продажам	1000—6000	1500—7000
Финансовый директор	1000—5000	1500—5500
Директор по маркетингу	1500—5000	1500—5500
Коммерческий директор	1000—4000	1000—4500
Директор по рекламе	1000—4000	1500—5000
Директор по персоналу	800—3000	900—3300
Руководитель службы IT	1500—3000	2000—6000
Бренд-менеджер	800—2500	900—3700
Главный бухгалтер	800—2500	800—3000
Программист	500—2500	550—2700
PR-менеджер	800—2500	850—2700

¹ Источник: «Известия», по данным кадровых агентств (http://www.finiz.ru/cfin/tmpl-art/id_art-738708).

Окончание табл. 12.1

Специалисты	2003 г.	2004 г.
Финансовый аналитик	700—2200	800—3000
Менеджер проекта	1000—2000	1500—2500
Юрист	500—2000	600—2500
Специалист IT	500—2000	550—2500
Главный технолог	800—2000	850—3000
Логистик	500—1800	550—2000
Начальник производства	800—1800	850—2000
Менеджер по персоналу	400—1500	500—1700
Менеджер по маркетингу	500—1200	500—1500
Системный администратор	500—1200	500—1500
Инженер	400—1200	450—1500
Менеджер по продажам	400—1000	450—1200
Секретарь-референт	250—1000	300—1500
Менеджер по рекламе	300—1000	400—1500
Бухгалтер	200—800	300—1000
Мерчендайзер	200—450	200—500

Основные выводы

1. Одним из важнейших рынков ресурсов производства является рынок труда. Этот рынок позволяет наемным работникам, составляющим большинство трудоспособного населения любой страны, продать свое рабочее время и навыки работодателям (владельцам фирм и организаций) и получить в обмен доходы, позволяющие прокормить свои семьи. С другой стороны, этот рынок позволяет работодателям нанять работников, что является непрямым условием осуществления любой хозяйственной деятельности.

2. Спрос на рынке труда является производным от спроса на товары и услуги, для изготовления которых работодателям нужно нанимать работников. Поэтому величина спроса на рынке труда вообще и на рынках отдельных профессий зависит от экономической ситуации в стране и степени насыщенности спроса на отдельные виды товаров.

3. Зарплата работника не может быть выше рыночной ценности той продукции, которую он производит. Рост заработной платы возможен только в случае повышения производительности труда или рыночных цен на производимые работниками товары или услуги.

4. Предложение труда увеличивается под влиянием уровня заработной платы, а также престижности труда и морального удовлетворения, которое он приносит. К снижению предложения ведут тягость труда, его сложность и потребность людей иметь свободное время. При существенном росте заработной платы предложение труда может также сократиться под влиянием эффекта дохода.

5. Как и все рыночные цены, заработная плата формируется в итоге взаимодействия спроса, который предъявляют работодатели, и предложения, которое формируют наемные работники. Отклонения заработной платы от равновесного уровня происходят под влиянием изменений ситуации на различных товарных рынках, в том числе из-за появления новых отраслей, где предлагаются лучшие условия труда.

6. На краткосрочные колебания заработной платы под влиянием рыночных условий накладывается влияние более долгосрочных факторов дифференциации заработной платы. Важнейшими из этих факторов являются: сложность и тягость отдельных профессий; ограниченность талантов; степень риска при занятии данной профессией.

Контрольные вопросы

1. Что предлагается к продаже на рынке труда?
2. Почему индустриализация в любой стране ведет к сокращению сельского населения?
3. Какой рынок труда отличается большей мобильностью населения: в России или в США?
4. Чем первичный спрос отличается от производного?
5. Как изменения спроса на различные виды транспортных услуг сказались на рынке труда извозчиков и слесарей после открытия в Москве метро?
6. Почему в СССР бытовало выражение «зряплата»?
7. Какие основные факторы формируют спрос на рынке труда?
8. Что такое предельная производительность труда?
9. Как рост цен производимых товаров влияет на предельный продукт труда и предельный доход от использования труда?
10. Какие факторы влияют на величину предложения на рынке труда?

11. Какие варианты взаимосвязей могут существовать между престижностью профессии и уровнем ее оплаты?
12. Почему труд шахтеров обычно оплачивается выше, чем труд слесарей?
13. Как называется равновесная цена, складывающаяся на рынке труда?
14. Какой механизм дает толчок для перехода людей с одного места работы на другое?
15. Почему заработная плата работников одних и тех же профессий в крупных городах выше, чем в маленьких?
16. В какой стране дифференциация в уровнях оплаты труда по отраслям выше: в России или США?
17. Каковы основные факторы, определяющие устойчивые различия в уровнях заработной платы по отраслям и профессиям?
18. Компенсацией за какой риск служит больший уровень дохода предпринимателя, чем его наемных работников?

Вопросы для обсуждения

1. Пословица утверждает: «Не в деньгах счастье». Как развивалась бы экономика человечества, если бы для всех людей эта пословица была бы неукоснительным руководством к действию? Как бы работал рынок труда в мире, где людям было бы совершенно безразлично, больше они получают денег или меньше?
2. Верно ли утверждение: «Уровень оплаты труда находится в обратной зависимости от престижности профессии» — и почему?
3. Во многих развитых странах мира профессора университетов получают меньше, чем руководящий персонал коммерческих фирм. Тем не менее еще ни один университет не закрылся из-за отсутствия профессоров. Почему профессора не уходят работать в коммерческие фирмы?

ГЛАВА 13.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ТРУДА

Одним из признаков современной свободной и демократической нации является наличие у нее свободных и независимых профсоюзов.

*Франклин Д. Рузвельт,
32-й президент США*

В начале 90-х годов Россию сотрясали мощные забастовки. Бастовали шахтеры, транспортники, работники аэропортов. К концу же века вал забастовок спал: если в 1995 г. забастовки состоялись в 8856 организациях и в них участвовало 489 тыс. человек, то в январе 2001 г. забастовки прошли лишь в 40 организациях и в них участвовало 1,7 тыс. человек. Но что такое забастовка, почему забастовки начинаются и почему кончаются, какие экономические причины заставляют людей пользоваться такой формой протеста?

В предыдущей главе мы познакомились с общими закономерностями формирования рыночной цены труда — заработной платы. Они во многом сходны с теми, которые проявляются на рынках других товаров и ресурсов. Но есть у рынка труда и свои, весьма существенные особенности, которые влияют на заработную плату.

§ 47. Профсоюзы и трудовые конфликты

Первое из отличий рынка труда от других рынков — особый характер взаимоотношений между продавцами (наемными работниками) и покупателями (работодателями).

Они веками непримиримо враждовали между собой. И эта война, нередко сопровождавшаяся выстрелами и кровопролитием, до сих пор не утихла, хотя XX в. принес с собой немало нового и сделал во многих странах трудовые отношения более мирными.

Дело в том, что издревле работодателям казалось: главное правило при установлении заработной платы — держать ее на возможно более низком уровне. Именно такая позиция покупателей на рынке труда делала его столь конфликтным. Ведь наемные работники придерживались прямо противоположной точки зрения и требовали максимально высокой заработной платы.

В этой борьбе каждая сторона шлифовала собственные методы ведения «боевых действий».

Стратегия работодателей в XIX — начале XX вв. предполагала широкое использование таких способов, как, например:

1) **составление «черных списков»**. Наиболее активных борцов за повышение заработной платы и улучшение условий труда не просто увольняли, но заносили в особые списки, и ни один предприниматель не соглашался брать их на работу. В России это называлось «получить волчий билет»;

2) **локаут** (от англ. *lock-out* — «запирать перед кем-то дверь»). При локауте в ответ на требования о повышении заработной платы работодатели просто закрывали предприятия на несколько недель. Конечно, они лишались доходов, но зато ставили «бунтовщиков» на грань голодной смерти;

3) **наем шпрейкбрехеров** (по-немецки «штрейкбрехер» дословно означает «ломающий забастовку»). Если работники прекращали работу, требуя повышения заработной платы, то владельцы фирм нанимали временных работников, соглашавшихся работать за прежнюю плату;

4) **контракты «желтой собаки»** (так их прозвали американцы). Фирмы, избравшие этот метод, принимали человека на работу лишь в том случае, если он подписывал индивидуальный трудовой договор (контракт), в котором обещал ни с кем не объединяться для совместной борьбы за более высокую оплату. Если человек нарушал контракт «желтой собаки», он подлежал немедленному увольнению и ни один суд не соглашался восстановить его на работе: «ведь он же нарушил условия контракта о найме».

Эти и многие другие меры, в том числе использование законодательства, применение полиции и даже армии против рабочих, были направлены на то, чтобы заставить наемных работников смириться с невыгодными для них условиями купли-продажи рабочей силы и сбить цену на рабочую силу до минимума.

Естественно, наемные работники отработывали и совершенствовали свой арсенал методов борьбы за повышение цены на труд.

Стратегия наемных работников включала:

1) **забастовки (стачки)**. Это прекращение работы до тех пор, пока работодатели не согласятся удовлетворить требования бастующих о повышении оплаты труда или улучшении его условий;

2) **работу по правилам** (ее еще называют «итальянской забастовкой» в честь придумавших ее итальянских рабочих). В этом случае наемные работники формально не прерывают работу, но начинают выполнять ее со строжайшим соблюдением всевозможных инструкций и в замедлен-

ном темпе (или с поочередными краткосрочными остановками), что резко снижает производительность труда и прибыли предпринимателей;

3) **создание политических партий.** «Партии труда» (именно так, например, переводится название одной из ведущих политических партий Великобритании — лейбористской) позволяют парламентским путем принимать государственные решения в пользу наемных работников. Этот метод помог наемным работникам многих стран добиться установления минимума заработной платы, введения общеобязательных требований по обеспечению безопасности труда и т. д.;

4) **организацию профсоюзов.** Профессиональные союзы возникли как организации, представляющие общие интересы наемных работников в переговорах с предпринимателями.

С использованием этих методов борьбы и идет торг на рынке рабочей силы уже несколько веков. Рабочие объявляют забастовку, требуя большей зарплаты, — предприниматели отвечают локаутом. Рабочие создают профсоюзы — предприниматели добиваются судебного запрета их деятельности. Рабочие создают свои партии — предприниматели отвечают формированием собственных политических организаций.

Порой и сегодня даже в самых демократических странах борьба на рынке труда принимает крайне ожесточенные формы. Например, когда авиадиспетчеры США объявили забастовку, президент Рональд Рейган просто разогнал их профсоюз, взыскав с него огромные штрафы. Затем, чтобы окончательно сломить сопротивление забастовщиков, он применил тактику штрейкбрехерства, заставив работать в гражданских аэропортах военных диспетчеров.

Такая же история повторилась в России в августе 1992 г., разве что профсоюз авиадиспетчеров не был ликвидирован. Зато против его руководителей были возбуждены уголовные дела, а профсоюзу предъявлены требования об уплате огромных штрафов. Основанием было то, что российские (точно так же, как и американские) законы запрещают забастовки на транспорте: это создает угрозу безопасности движения и жизни пассажиров.

Сегодня в развитых странах мира профсоюзное движение пошло на спад. Среди главных причин этого:

1) *изменение характера трудовой деятельности* (сокращение размеров предприятий, появление новых типов фирм с участием работников во владении ими и т. д.);

2) *общий рост благосостояния общества*, позволяющий в этих странах обеспечить наемным работникам условия жизни, о которых в прошлом веке не могли мечтать многие владельцы фабрик.

Жизнь показывает: чем богаче страна, чем выше в ней уровень благосостояния, тем спокойнее строятся отношения на рынке труда, тем реже и короче забастовки. Это хорошо иллюстрирует рис. 13.1.

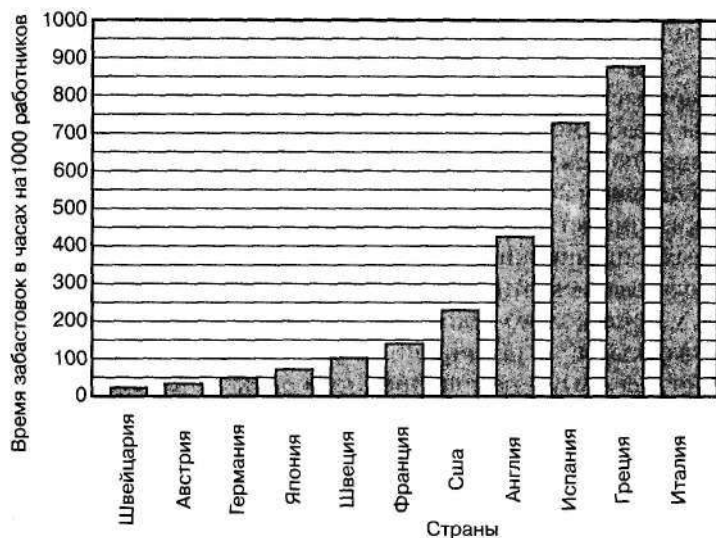


Рис. 13.1. Длительность забастовок в разных странах мира (в расчете на год)

Но в странах, где экономическая ситуация неблагоприятна, где рынок труда нестабилен, а благосостояние граждан не растет или даже падает, как сейчас в России, роль профсоюзов остается по сей день достаточно большой, и потому стоит более внимательно присмотреться к тому, как эти организации влияют на рынок труда.

По-иному обстоит дело в странах, которые только начали свой путь к вершинам экономического развития и где конфликты между работодателями и наемными рабочими неизменно остры. Здесь профсоюзам еще долго предстоит объединять рабочих и защищать интересы тех, кому нечего продать, кроме своей способности работать по найму.

§ 48. За что борются профсоюзы

Заботы профессиональных союзов неразрывно связаны с особенностями той работы, которой занимаются их члены, и потому круг проблем, скажем, союза художников-графиков отличается от того, чем озабочены руководители профсоюза шахтеров. И все же у всех профессиональных объединений есть общие задачи.

Важнейшими из них являются:

- *улучшение условий труда и обеспечение его безопасности.* Речь идет о том, что обычно все профсоюзы стараются добиться улучшения санитарно-гигиенических условий труда (например, снижения шумности и запыленности в цехах). Заботит профсоюзы и предоставление льготных условий труда (в частности, сокращенного рабочего дня) подросткам и женщинам (особенно беременным или имеющим маленьких детей).

Наконец, постоянная забота профсоюзов — снижение риска гибели работников на производстве или получения ими травм. Именно под давлением профсоюзов в большинстве цивилизованных стран мира сейчас приняты специальные законы и нормы, регулирующие условия труда и обеспечивающие снижение производственного травматизма.

Но в мире экономики все имеет свою цену. И такая деятельность профсоюзов приводит к реальному удорожанию труда для фирм-покупателей. А как мы выяснили в гл. 8, рост цены труда (ставки заработной платы) ведет к снижению величины спроса на него, т. е. числа людей, которых фирмы готовы принять на работу.

Иными словами, чем больше денег работодатель должен тратить на улучшение условий труда, тем дороже ему в итоге обходится каждый работник и тем меньшее их число он может нанять;

- *повышение заработной платы.*

Если вспомнить то, что мы узнали о рынке труда в предыдущей главе, можно догадаться о возможном решении этой задачи как минимум двумя способами — за счет создания условий:

- 1) для роста спроса на труд;
- 2) для ограничения предложения труда.

Конечно, повысить спрос на труд профсоюзам достаточно сложно: они не обладают большими возможностями влияния на рынки товаров, откуда приходит спрос на рынок труда. Тем не менее один из способов решения такой задачи достаточно реален, хотя и неоднозначен.

Речь идет о том, что профсоюзы обычно выступают за ограничение ввоза в страну импортных товаров. Это аргументируется тем, что продажа таких товаров уменьшает спрос на продукцию отечественных фирм, а значит, и спрос на труд граждан страны. Следовательно, при сокращении импорта спрос на отечественные товары возрастет, а затем улучшатся условия для роста численности работников и заработной платы на внутреннем рынке труда.

С таких позиций выступают и российские профсоюзы, особенно в легкой промышленности, которая сильно страдает от импорта товаров

из Китая, Турции, Италии и других стран мира. Однако ограничение импорта опять-таки имеет свою цену.

Оно ведет к ослаблению конкуренции на внутреннем рынке и незаинтересованности в улучшении качества отечественной продукции. Такую продукцию становится невозможно продать в другие страны. Возможности вывоза продукции сокращаются, а значит, уменьшается и спрос на труд для ее изготовления. Кроме того, на ограничение импорта одной страной другие государства обычно отвечают аналогичными мерами. В результате снижаются возможности для экспорта всех отраслей страны, что ухудшает условия на рынках труда для работников отраслей и фирм, ориентированных на вывоз товаров в другие страны.

Что касается ограничения предложения труда, то оно обычно обеспечивается за счет того, что профсоюзы добиваются от работодателей согласия принимать на работу только членов союза. Эта тактика, родившаяся еще в средневековых гильдиях (цехах) мастеровых, в России почти не применяется, тогда как за рубежом она весьма распространена. Например, это очень мешает поиску работы в США российским актерам, поскольку владельцы театров и киностудий могут пригласить их на роль только по персональному разрешению американской гильдии актеров.

Осознав ограниченность своих возможностей добиваться роста заработной платы путем стимулирования спроса или ограничения предложения на рынке труда, профсоюзы сделали ставку на иной способ решения этой задачи. Они стали выступать как единственный представитель всех своих членов при обсуждении условий труда и оплаты.

Эта задача решается путем проведения коллективных переговоров с работодателями. Логика профсоюза проста: либо все его члены будут получать более высокую зарплату, либо начнется забастовка.

На первый взгляд эта политика профсоюза выгодна наемным работникам. Но цена такой победы профсоюза будет определяться двумя факторами.

Во-первых, никакой профсоюз не может лишить работодателей права увольнять работников, если их труд становится невыгоден. А повышение заработной платы сверх уровня, который родился бы на свободном рынке труда без влияния профсоюзов, может привести к росту числа таких невыгодных работников.

Поэтому профсоюзам надо вести переговоры о повышении заработной платы очень взвешенно, обращаясь за консультациями к экономистам, чтобы победа на этих переговорах не обернулась падением занятости. Современные профсоюзы, в том числе и в России, уже прибега-

ют к услугам высококвалифицированных экономистов, чтобы точно оценить максимальную величину повышения заработной платы, которой можно добиться от владельцев фирм без угрозы их разорения и массовых увольнений.

Во-вторых, создание профсоюзами системы коллективного противодействия снижению заработной платы при ухудшении ситуации на рынках товаров порой оказывается просто вредным для членов союза.

Стоит в этой связи привести историю, которая приключилась со знаменитым американским менеджером Ли Якоккой. Вскоре после его перехода в автомобильную компанию «Крайслер», находившуюся на грани разорения, выяснилось: дела этой фирмы столь плохи, что выжить она может лишь при жестком урезании всех расходов, включая оплату труда. И тогда Якокка сделал два необычных шага:

1) сократил собственное жалование до... 1 долл. в год, начав жить за счет сбережений (а человек он был небедный), и

2) пригласил к себе представителей рабочих для переговоров о... снижении заработной платы.

Вот что он рассказывает об этих переговорах: «Мне пришлось выложить им горькую правду. И говорил я с ними жестко. «Вот что, ребята, — сказал я им, — я приставил вам к виску револьвер. В моем распоряжении имеются тысячи рабочих мест с почасовой ставкой 17 долл. Со ставкой 20 долл. у меня нет ни одного места. Вот почему вам лучше трезво взвесить положение».

И рабочие «Крайслера» предпочли получать меньше своих коллег с автозаводов других компаний, чем оказаться без работы вообще.

Сокращение заработной платы действовало в течение 19 месяцев, пока Якокка с коллегами боролся за спасение «Крайслера». В итоге каждый рабочий этой фирмы потерял в среднем почти 10 тыс. долл.! Зато большинству удалось сохранить свои рабочие места и дожидаться спустя некоторое время восстановления прежнего уровня оплаты труда. А если бы профсоюз не согласился на снижение зарплаты, то вскоре рабочие «Крайслера» стали бы безработными.

Наиболее широко системы жесткой регламентации и унификации оплаты труда применяются обычно в бюджетной сфере, т. е. для тех работников, которые заняты в государственных органах. Так обстоит дело и в России. Здесь в конце 1992 г. была введена единая схема оплаты труда (**единая тарифная сетка**) для всех «бюджетников»: служащих государственной администрации, преподавателей, медиков, военных и т. д.

Основой единой тарифной ставки является тарифная ставка первого разряда, которая обычно принимается на уровне минимальной зара-

ботной платы. Именно ее затем умножают на установленные в тарифной сетке коэффициенты, чтобы определить зарплату работника с квалификацией, для которой установлен соответствующий коэффициент. Существование такой зарплаты — еще одна особенность рынка труда, на которой следует остановиться отдельно.

Единая тарифная сетка — общеобязательные правила определения оплаты труда работников, которые заняты в различных государственных организациях, но имеют одинаковую квалификацию, образовательный уровень, трудовой стаж и выполняют сходную работу, в силу чего оплата их труда устанавливается на одном и том же уровне.

§ 49. Что такое прожиточный минимум и минимальная зарплата

Существенная особенность рынка труда состоит в том, что на этом рынке есть предел падения цен.

Действительно, если какой-либо товар не распродается, то его владелец (изготовитель или торговец) будет снижать цену до тех пор, пока товар не будет куплен. Это позволит если и не получить прибыль, то хотя бы возместить часть затрат на производство.

С трудом дело обстоит иначе: у его цены — ставки заработной платы — есть объективная граница падения. Эта граница определяется суммой, которую при сложившихся в стране ценах надо уплатить за приобретение минимальной «корзинки» благ. В такую «корзину» входят те блага, которые необходимы человеку для выживания. Стоимость этой «корзинки» называется **прожиточным минимумом**.

Прожиточный минимум — сумма денег, необходимая для приобретения человеком объема продуктов питания не ниже физиологических норм, а также удовлетворения на минимально необходимом уровне его потребностей в одежде, обуви, жилье, транспортных услугах, предметах санитарии и гигиены.

Определить величину прожиточного минимума на практике крайне сложно из-за ряда причин:

- 1) существуют различные точки зрения (прежде всего работодателей и профсоюзов) на то, какие блага должны входить в «корзину», по которой считается прожиточный минимум;
- 2) нелегко согласовать единые позиции относительно минимальных уровней потребления благ, включенных в «корзину»;

3) существуют территориальные различия в прожиточном минимуме из-за того, что цены могут быть неодинаковы в разных регионах страны. Например, в силу более высоких транспортных затрат на доставку товаров цены на Дальнем Востоке и в районах Крайнего Севера намного выше, чем в центральной части страны.

Поэтому в разных странах используются неодинаковые подходы к определению величины прожиточного минимума. В России пока преобладает подход, основанный на так называемых минимальных нормах потребления различных благ.

Это означает, что при установлении величины прожиточного минимума специалисты по питанию вначале рассчитывают объем пищи, необходимый человеку для того, чтобы не болеть от недоедания.

Например, для России эти нормы в расчете на год были определены на следующем уровне (в скобках — в пересчете на день):

Хлеб	- 1 34 кг (370 г)
Картофель	— 123 кг (340 г)
Мясо	- 27,5 кг (80 г)
Овощи	— 93,4 кг
Фрукты	— 19 кг
Сахар и кондитерские изделия	— 20 кг
Рыба	— 12 кг
Молочные продукты	— 218 кг
Яйца	— 172 шт.

Другие специалисты определяют минимальное потребление непродовольственных товаров и услуг. Затем эти натуральные нормы потребления умножаются на действующие цены для определения денежной величины прожиточного минимума. Так, в III кв. 2003 г. стоимость потребительской корзины, соответствующей прожиточному минимуму, составила, по расчетам Госкомстата РФ, 2002 руб. В том числе для трудоспособного населения — 2110 руб., для пенсионеров — 1612 руб., для детей — 2089 руб.

На современном рынке труда прожиточный минимум обычно служит основой определения минимальной ставки заработной платы. К этой системе постепенно движется и Россия, хотя у нас пока еще не обеспечивается нормальное соотношение между прожиточным минимумом и заработной платой, а сами правила исчисления прожиточного минимума продолжают оставаться предметом дискуссии. Например, минимальный размер оплаты труда в РФ в первом полугодии 2001 г. составил всего 12,7% прожиточного минимума.

Поэтому сегодня Российское государство взяло на себя определение размера минимальной ставки заработной платы. Эта ставка утвержда-

ется органами законодательной власти, и работодателям запрещается платить работникам меньше.

Например, 26-я статья российского закона «О предприятиях и предпринимательской деятельности» устанавливает: «Предприятие обеспечивает гарантированный законом минимальный размер оплаты труда, условия труда и меры социальной защиты работников независимо от видов собственности и организационно-правовых форм предприятия». Если же предприятию не по силам платить минимальную заработную плату, оно объявляется банкротом и его по закону следует ликвидировать.

В норме минимальная заработная плата, которую обычно получают неквалифицированные работники, выполняющие самую простейшую работу, должна быть даже несколько выше прожиточного минимума, т. е. оплата труда должна быть построена так, как это показано на рис. 13.2.

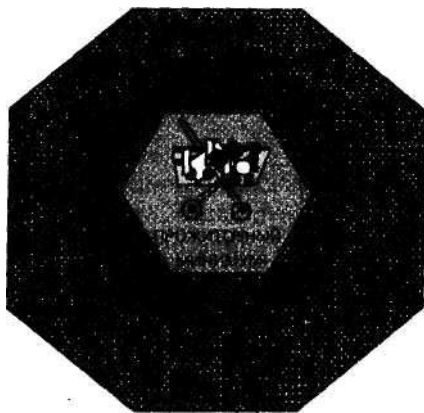


Рис. 13.2. Структура системы заработной платы

Однако бывает, что в странах, где наемные работники не могут по настоящему отстаивать свои интересы или где бушует экономический кризис, минимальная заработная плата падает ниже прожиточного минимума. Это в полной мере было характерно для последних лет существования СССР и для России начала эпохи реформ. На рис. 13.3 вид-

но, как в России по мере нарастания темпов инфляции минимальная заработная плата оказалась меньше прожиточного минимума, вздутого ростом цен. Более того, даже средняя заработная плата в промышленности оказалась ненамного выше этого минимума.

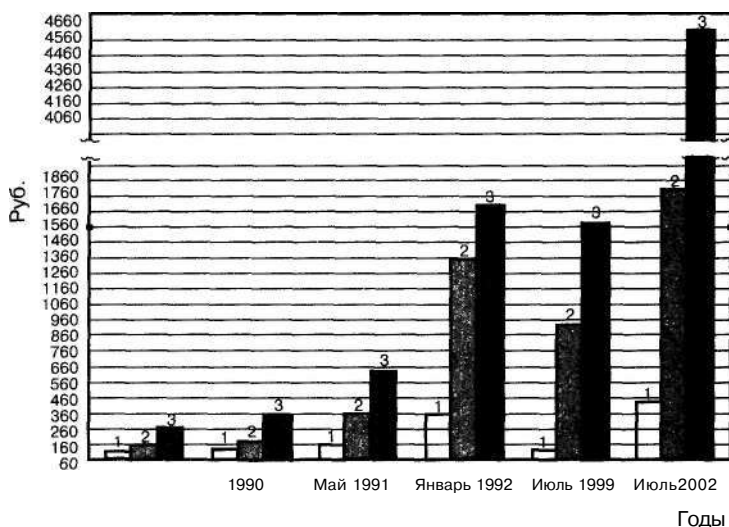


Рис. 13.3. Соотношение динамики величин прожиточного минимума, **минимальной** и средней заработной платы в России (для 1999 г. — в денонмированных рублях):
1 — минимальная заработная плата; 2 — прожиточный минимум;
3 — средняя заработная плата в промышленности

В итоге, по состоянию на начало 2004 г. для выведения минимального размера заработной платы (МРОТ) в стране на уровень не ниже прожиточного минимума необходимо было около 10 трлн руб. Именно эту цифру обнародовал в 2001 г. министр труда и социального развития РФ Александр Починок. По его словам, расходы федерального бюджета на реализацию этой цели составят 2,7 трлн руб., а работодателей — 7 трлн руб. Очевидно, отметил министр, что «выделение такой суммы одномоментно невозможно». Поэтому процесс повышения МРОТ до уровня прожиточного минимума будет идти постепенно и завершится не ранее 2005 г.

При этом Министерство труда прогнозировало, что темпы роста заработной платы в стране в течение ближайших 10 лет будут намного об-

гонять темпы инфляции. И это позволит нормализовать структуру системы оплаты труда в России.

Другая проблема, связанная с минимальной заработной платой, состоит в том, что в кризисные периоды она может слишком отставать от растущей средней заработной платы. Дело в том, что минимальная заработная плата устанавливается законодательными органами и поэтому пересмотр ее может проводиться только периодически. Средняя заработная плата, напротив, определяется ростом фактической оплаты труда квалифицированных работников.

Поэтому в январе 1992 г. средняя зарплата оказалась в России в 4,7, а в сентябре 2000 г. уже в 28,27 раза выше минимальной, что, конечно, совершенно ненормально. В Бельгии средняя зарплата выше минимальной лишь в 1,26 раза, во Франции и в Нидерландах — в 1,44, а в США — в 2,62 раза.

§ 50. Договоры и контракты на рынке труда

Как же реально идет торг на рынке труда, как оформляются здесь сделки купли-продажи?

XX в. сделал главенствующими на этом рынке два основных механизма оформления торговых операций:

- 1) **трудовые контракты;**
- 2) коллективные договоры (соглашения).

Трудовой контракт — соглашение о содержании и условиях труда, а также о размере его оплаты и иных взаимных обязательствах работодателя и наемного работника, достигаемое ими в результате индивидуальных переговоров.

Не менее часто, чем индивидуальный контракт, по сей день применяются и коллективные договоры. Такой договор — это документ:

- 1) заключаемый работодателями с организацией, представляющей интересы некоторой группы наемных работников данного предприятия;
- 2) определяющий единые принципы организации и оплаты труда для этой группы работников.

Коллективный договор регулирует и оговаривает самый широкий круг вопросов, от которых зависят условия труда персонала фирмы.

Коллективный договор — это в определенном смысле закон, по которому строятся трудовые отношения в фирме. Хорошо составленный договор регулирует столь широкий круг проблем, что его вполне можно назвать «трудовой конституцией» фирмы.

Для иллюстрации рассмотрим коллективный договор, заключенный в июле 1988 г. между руководством японо-американской автомобильной компании «Нью Юнайтед мотор мэнюфэкчуринг» и профсоюзом.

Итак, этот договор устанавливает:

1) обязательства и ответственность подписавших его сторон, которые для «достижения общей цели поддержания и повышения качества жизни работников и их семей посредством развития компании обязуются: трудиться сообща как одна команда; создать лучший в мире автомобиль с максимально низкой стоимостью»;

2) обязательства руководства компании перед профсоюзом, обязательства профсоюза и работников, в том числе «работать в соответствии с принципами и философией компании; уважать индивидуальные права друг друга; соблюдать разумные стандарты поведения и режим посещаемости»;

3) обеспечение занятости: «Компания согласна впредь не увольнять работников, если только ее к этому не принудит жесткая экономическая необходимость. Прежде чем уволить кого-либо из работников, компания обязуется предпринять корректирующие меры — такие как сокращение жалования администрации»;

4) процедуры разрешения трудовых конфликтов и споров;

5) порядок перевода работников из одного подразделения компании в другое и из одной смены в другую;

6) концепцию бригадной организации труда;

7) уровни заработной платы и порядок определения надбавок, компенсирующих рост стоимости жизни из-за инфляции;

8) продолжительность рабочего времени и порядок привлечения работников к сверхурочной работе;

9) число праздничных дней и длительность отпусков;

10) программу коллективного страхования, страхования здоровья, пенсионного обеспечения, накопления сбережений и порядок формирования резервного фонда;

11) меры по обеспечению безопасности труда;

12) запрещение стачек и локаутов в период действия договора.

Коллективный договор может распространяться на одно предприятие, а может регулировать условия труда, отдыха и социальной защиты работников целой отрасли, территории или всех работников определенной профессии. Такие договоры обычно называют отраслевыми (региональными, профессиональными) трудовыми соглашениями.

Высшая форма такого регулирования рынка труда — **генеральное соглашение**.

Генеральное соглашение — документ по итогам переговоров между правительством, объединениями работодателей и профсоюзов, определяющий общие направления изменения условий купли-продажи рабочей силы в целом по стране.

В России впервые такое Генеральное соглашение было подписано на 1992 г. Оно включало 52 пункта, объединенных в следующие разделы:

1. Меры в области экономики и проведения реформ.
2. Содействие занятости населения, развитию рынка труда.
3. Регулирование уровня жизни и обеспечение социальных гарантий.
4. Условия и охрана труда, обеспечение экологической безопасности.
5. Правовое обеспечение трудовых отношений и социального партнерства.
6. Механизм реализации Генерального соглашения.

Иными словами, такой документ — это основа всех направлений взаимодействия работодателей и наемных работников. Когда стороны действительно выполняют свои обязательства по этим соглашениям, страна от этого выигрывает чрезвычайно много.

Именно такое сотрудничество стало одной из главных предпосылок ускоренного роста экономики и благосостояния граждан ФРГ, Японии и Испании.

Конечно, никакие соглашения не могут полностью устранить противоречия в интересах продавцов и покупателей на рынке труда. Но участники этого рынка вынуждены искать и находить компромисс, точно так же, как это происходит на остальных рынках.

Причина очевидна: ни работодатели, ни наемные работники не могут существовать друг без друга. Они «скованы одной цепью». Без наемных работников работодатели не в состоянии организовать свою деятельность, а значит, лишаются доходов. Но и наемные работники без работодателей оказываются перед угрозой нищеты.

Так гласит закон

В России порядок заключения коллективных договоров и соглашений определяется законом «О коллективных договорах и соглашениях», принятым в марте 1992 г.

Этот закон устанавливает, что:

- условия коллективных договоров и соглашений обязательны для предприятий, на которые они распространяются;
- запрещается включать в индивидуальные трудовые контракты условия, ухудшающие положение работника по сравнению с законодательством, коллективными договорами или соглашениями;

- стороны, подписывающие коллективные договоры или соглашения, принимают на себя обязательства добровольно;
- запрещается вести переговоры от имени наемных работников любым организациям, созданным или финансируемым работодателями, органами исполнительной власти или политическими партиями;
- от имени работников переговоры могут вести профессиональные союзы, а если их несколько, то представители всех признанных законом профсоюзов;
- если стороны не могут договориться, допускается проведение забастовок, когда это не противоречит закону;
- в коллективном договоре определяются взаимные обязательства наемных работников и работодателей по форме и размерам заработной платы, ее корректировке с учетом инфляции, занятости и условиям увольнения, продолжительности рабочего времени и отпусков.

§ 5 1 . Как добиться, чтобы человек работал хорошо

Допустим, человек нашел себе работу, соответствующую его возможностям, знаниям и запросам к уровню оплаты. Подписав документы о найме, он уходит на время с рынка труда, но не из сферы экономических отношений. Меняется лишь характер проблем: у нанимателя теперь главная проблема — как добиться, чтобы человек трудился с наивысшей производительностью и качеством, а у наемного работника — как в рамках действующей системы заработной платы получить за свой труд побольше.

Эти интересы находят компромиссное воплощение в методах экономического стимулирования наемных работников. Человечество придумало массу способов такого стимулирования, и подробный рассказ о них занял бы слишком много времени. Поэтому скажем лишь об основных:

- поощрение трудовой активности через зарплату;
- «участие в успехе»;
- формирование пенсии в прямой зависимости от заработной платы.

Заработная плата. Наиболее традиционные формы заработной платы — повременная и сдельная.

При повременной оплате работник получает деньги за выполнение своих обязанностей в течение определенного времени. И размер оплаты растет прямо пропорционально этому времени. Применяется такая система там, где трудно или невозможно измерить результат трудовой деятельности количественно (так оплачивается труд государственных чиновников, врачей, ученых и т. д.).

При сдельной оплате труда работник получает определенную сумму денег за каждое вышедшее из его рук изделие или за каждую выполненную им производственную операцию. Чем больше он сделал, тем выше сумма, которая ему выплачивается. Эти системы просты и потому удобны, что и обусловило их широкое распространение во многих странах мира.

Однако сегодня все большее применение в развитых странах получают новые методы определения размеров оплаты труда. Они ставят значительную долю заработка в зависимость от успехов и доходов фирмы в целом.

Эти новые формы оплаты труда тесно связаны со стремлением руководителей фирм как можно сильнее заинтересовать работника в успехе всего предприятия в целом.

Участие в успехе. Так можно сформулировать главную мысль, лежащую в основе наиболее современных методов стимулирования труда наемных работников.

Как утверждают психологи, большинству людей мало только растущего достатка. Человек хочет принимать активное участие в управлении предприятием, хочет ощутить себя совладельцем, хочет, чтобы к его мнению прислушивались и чтобы он пользовался уважением окружающих.

Такая психологическая окраска трудовых отношений оказалась очень важным резервом повышения производительности труда и качества продукции. Естественно, предприниматели и руководители предприятий многих развитых стран мира немедленно взяли ее на вооружение.

Особенно преуспела в этом Япония. Но и другие страны стараются не отставать от Страны восходящего солнца во внедрении систем «участия в успехе».

Сегодня наиболее широко распространены методы, обеспечивающие участие работников в распределении прибылей компании.

Но появились и более совершенные формы стимулирования. Они основаны на том, что наемные работники становятся совладельцами предприятий, на которых они работают. Во многих странах законы даже создают льготы для компаний, позволяющих рабочим стать их совладельцами. Например, в автомобильной компании «Крайслер» каждый рабочий владеет частью капитала этой компании на сумму почти 6 тыс. долл. Миллионами долларов измеряются и те доли собственности, которыми владеют в знаменитой компьютерной фирме «Майкрософт» ее лучшие программисты. Надо ли удивляться, что они работают на «свою» фирму столь усердно и это — наряду с удачной коммерческой политикой — вывело ее в лидеры мирового рынка программного оснащения!

В целом же в США на предприятиях, которые полностью или частично находятся в собственности их работников (система ИСОП), трудятся уже более 12 млн человек. Методы стимулирования с помощью системы «участия в успехе» хорошо зарекомендовали себя и на российской почве.

Пенсионное стимулирование. Каждый человек обречен на старость, и к труду он способен ограниченное число лет. В большинстве стран мира считается, что женщины после 60, а мужчины после 65 лет уже не могут выдерживать полной трудовой нагрузки. Встает вопрос: а на что они тогда должны жить?

Можно, конечно, посчитать, что это личное дело каждого: пусть человек сам копит деньги себе на старость. Но такая рациональность поведения присуща не всем людям, а есть хотят все старики. Для того чтобы у людей были средства к существованию в старости, большинство стран применяет систему пенсионного обеспечения. Она предполагает, что после достижения пенсионного возраста человек имеет право на получение **трудовой пенсии**.

Трудовая пенсия — денежное пособие, получаемое гражданином после достижения им установленного законом возраста и при условии, что он отработал определенное число лет.

Но пенсия решает не только гуманные задачи. Человеческий разум давно догадался превратить страх перед нищей старостью в стимул лучшей работы. В этих целях был создан пенсионный механизм, при котором размер трудовой пенсии прямо зависит от размера заработной платы и срока работы.

Такой порядок предусмотрен и пенсионным законодательством России: чтобы получить право на пенсию, надо обязательно отработать не менее 25 лет (а женщинам, имеющим детей, — не менее 20 лет). Но если человек отработал за свою жизнь больше лет, то размер пенсии увеличивается по сравнению с ее базисной величиной. Сама эта базисная величина устанавливается в процентах к заработку, который получал человек. В большинстве развитых стран мира размер пенсий составляет 50—80% заработка, который человек имел до ухода на пенсию. Следовательно, чем лучше человек работает, чем выше его зарплата, тем благополучнее он будет жить и в старости.

Пенсия выплачивается из специальных пенсионных фондов, создаваемых либо частными фирмами, либо государством. В России принят последний вариант, и потому пенсии выплачиваются из единого Пенсионного фонда.

Деньги же в этом фонде набираются за счет взносов, которые платят предприятия и которые являются частью отчислений на социальное страхование. Наряду с государственным Пенсионным фондом в нашей стране недавно начали действовать негосударственные пенсионные фонды (НПФ).

Они помогают накопить деньги на дополнительную пенсию в старости, и внесение взносов в них — дело добровольное.

Экономика в лицах

Вадим ТУМАНОВ

Вадим Туманов — одна из наиболее ярких фигур в ряду новых российских предпринимателей, человек с невероятно трудной, но и удивительной судьбой.

Туманов родился в 1928 г. Решив стать моряком, он окончил школу штурманов, но его морская карьера не состоялась. В 1948 г., когда ему было всего 20 лет, его арестовали сталинские карательные органы, и он был осужден на 8 лет лагерей «за антисоветскую пропаганду и агитацию», а на самом деле за любовь к стихам Сергея Есенина и песням Александра Вертинского. Не смирившись с несправедливым приговором, Туманов 8 раз пытался бежать из лагерей. Лишь после смерти Сталина его освободили, признав невиновным.

Окончив курсы горных мастеров, Туманов начал жизнь сначала, организовав старательскую артель по добыче золота под названием «Печора», ставшую со временем знаменитой. В этой артели Туманов внедрил совсем новые, непривычные для тогдашнего СССР формы труда и оплаты, сделав каждого члена артели лично заинтересованным в общем успехе. Основой такой модели трудовых отношений был старинный русский принцип артельного дележа заработка, сходный с современными западными моделями «участия в успехе». В тумановской артели каждый чувствовал свою прямую выгоду от улучшения общего результата работ и понимал, как его труд способствует росту такого результата.

Благодаря этому артель добилась более высокой производительности на предприятии. Зарплата рядовых старателей была больше, чем у директоров крупных золотодобывающих предприятий. Артель «Печора» стала островком свободного труда в подневольной экономике СССР, и потому к Туманову всегда тянулись люди. Он был другом знаменитого актера и певца Владимира Высоцкого, который посвящал ему свои песни. Но Туманову не могли простить его свободомыслия и высокой производительности труда в артели «Печора». Это слишком наглядно показывало, сколь плохо работают государственные предприятия. В 1987 г. под надуманным предлогом артель «Печора» разогнали, что дорого обошлось стране — добыча золота заметно сократилась. Но разрабо-

тайная Тумановым модель организации трудовых отношений была слишком эффективной, оказалась людям слишком по душе, чтобы ее можно было уничтожить бесследно. И вскоре на обломках «Печоры» начали рождаться новые фирмы, успешно занявшиеся, например, решением тяжелой для России проблемы — строительством дорог.

Не капитулировал и сам Туманов — уже в третий раз он начал все сначала и создал акционерное общество «Туманов и К^о», которое в тяжелой борьбе с бюрократическими структурами добилось летом 1992 г. права добывать золото в Сибири. А сам Вадим Туманов успешно работает в российском бизнесе и по сей день.

Основные выводы

1. Формирование рыночной цены труда обычно сопровождается конфликтами между работодателями и наемными работниками. В ходе этих конфликтов стороны используют различные методы навязывания своей воли. Основным методом защиты интересов наемных работников является создание профессиональных союзов, которые ведут переговоры от имени всех входящих в их состав людей.

2. Профессиональные союзы обычно стараются добиться улучшения условий и повышения безопасности труда своих членов, а также увеличения их заработной платы. Это делает работу для членов профсоюза более приятной и выгодной, но одновременно сужает экономические границы занятости и ведет к росту цены товаров для покупателей, если величина прибыли в цене не снижается.

3. Заработная плата не должна опускаться ниже минимального уровня, основой расчета которого является прожиточный минимум. Так называется текущая стоимость того минимального набора товаров и услуг, без которого жизнь человека просто невозможна. Минимальная заработная плата устанавливается и меняется законодательными органами власти, а используется для оплаты труда самых неопытных и неквалифицированных работников.

4. Оформление сделок купли-продажи на рынке труда осуществляется с помощью трудовых контрактов и коллективных договоров. В свою очередь, коллективные договоры могут заключаться в масштабе предприятия, отрасли или целой страны. В последнем случае они называются генеральным соглашением.

5. Система оплаты труда определяется с помощью контракта или коллективного договора. В дополнение к ней работодатели применяют различные способы поощрения трудовой активности работников и улучшения ими качества своего труда. Важнейшими способами такого сти-

мулирования являются различные модификации механизма начисления заработной платы, «участие в успехе» (т. е. превращение работников в фактических совладельцев фирмы) и пенсионное обеспечение, при котором уровень жизни человека в старости прямо зависит от того, как он работал всю жизнь.

Контрольные вопросы

1. С помощью каких методов работодатели старались принудить наемных работников работать за минимальную плату?
2. Каковы основные методы борьбы профсоюзов за права своих членов?
3. Полагаете ли вы справедливым запрет на забастовки работников гражданской авиации?
4. Каковы основные задачи, решаемые профсоюзами?
5. Если профсоюзы добиваются повышения заработной платы, кто от этого страдает?
6. Почему профсоюзы вынуждены проявлять осторожность в требованиях о повышении заработной платы?
7. Что является нижней границей заработной платы?
8. Почему в последние годы так много россиян особенно усердно работают на своих садовых участках?
9. Что произойдет, если работники образования откажутся от единой тарифной сетки и начнут добиваться более высокой оплаты труда, подобной той, что имеют работники производственных отраслей?
10. Почему опасно приступать к работе, не подписав трудовой контракт?
11. Почему генеральные трудовые соглашения содействуют ускорению роста благосостояния граждан страны?
12. Почему государство участвует в подписании генеральных соглашений?
13. Каковы наиболее распространенные формы заработной платы?
14. В чем смысл системы «участия в успехе»?
15. Почему рост пенсий не может обгонять рост заработной платы?

Вопросы для обсуждения

1. Сегодня в России на многих предприятиях и в коммерческих фирмах профсоюзов нет, хотя новый Трудовой кодекс требует, чтобы они были созданы. Какие последствия для отечественного рынка труда это может иметь?

2. Если руководители отечественных профсоюзов начнут кампанию за снижение ввоза в страну импортных товаров под лозунгом: «Покупай российские товары — не потеряешь работу!», поддержит ли их большинство соотечественников?

3. Обязательные отчисления в Пенсионный фонд сокращают заработок работников. Стоит ли отказаться от таких отчислений и предоставить каждому возможность самому копить деньги на старость?

ГЛАВА 14.

КАК СЕМЬИ ПОЛУЧАЮТ И ТРАТЯТ ДЕНЬГИ

Родись, крестись, женись, умирай -
за все денежки подай!

Русская пословица

В последние годы в системе показателей, которые использует правительство России для оценки экономической ситуации в стране, появился очень необычный показатель. Называется он «индекс потребительских настроений» и показывает, как меняется доля семей, которые считают, что жить они стали лучше и потому сейчас пришло время для покупки новых товаров. Казалось бы, такие вещи должны быть важны только психологам. Но этот показатель очень интересует экономистов, и на основе его они способны делать даже предсказание о том, как будет развиваться экономика страны в ближайшем будущем. В чем тут дело? Попробуем разобраться.

Напомним: в центре мира экономики стоит человек, семья. И естественно, что жизнь семьи постоянно привлекает пристальное внимание экономической науки. Ведь происходящие в домашней мини-экономике процессы оказывают огромное влияние на национальную экономику в целом. Для первого знакомства с семейной экономикой в этом разделе учебника мы выбрали лишь некоторые, но зато самые главные из существующих здесь проблем:

- источники доходов семей;
- структура расходов семей;
- различия в богатстве семей и их сглаживание государством;
- влияние инфляции на доходы семей.

§ 52. Источники семейных доходов

Семьи получают свои доходы благодаря владению факторами производства и предоставлению их в пользование другим людям или фирмам.

Ведь если собственность, которой владеет семья, не может быть использована другими людьми для своих нужд, на ней нельзя ничего заработать. Скажем, пока автомобиль используется для поездок только членов семьи, он дохода не приносит. Не приносит дохода и само вождение этого автомобиля.

Но если кто-то попросил довезти привезенные на продажу товары до местного вещевого рынка, то за услугу он заплатит. Причем полученные деньги будут платой за услуги сразу двух факторов производства: труда (в форме управления автомобилем) и капитала (в форме самого автомобиля). Следовательно, доход приносит только та собственность, которая может быть направлена на производство нужных людям благ (в нашем примере таким благом была услуга по доставке сумок с товарами до рынка). Именно такое использование оплачивается покупателями произведенных благ. Значит, любой доход представляет собой плату за услуги того или иного фактора производства.

Классификация всех видов семейных доходов в зависимости от того, владение каким фактором производства их приносит, дана в табл. 14.1.

Таблица 14.1

Факторы производства	Вид приносимых доходов
Труд наемного работника	Заработная плата
Труд предпринимателя и капитал фирмы, созданный за счет его собственных средств	Прибыль собственника
Производственный капитал фирмы	Прибыль фирмы (доход ее владельцев)
Земля (природные ресурсы)	Рента
Денежный капитал	Процент

В большинстве стран мира преобладающим источником семейных доходов выступает заработная плата. Но в странах, где нет ограничений на частную собственность и где сформировалась рыночная или смешанная экономическая система, семьи наряду с заработной платой получают доходы и от владения другими факторами производства.

Совсем иное дело — наша страна. Здесь командная система уничтожила после 1917 г. частную собственность на капитал и землю, а предпринимательские способности проявлять было вообще запрещено особой статьей Уголовного кодекса, каравшей «частнопредпринимательскую деятельность» длительным сроком заключения.

Единственным фактором производства, которым люди могли владеть и продавать ради получения дохода, остался труд. Неудивительно поэтому, что в 90-е годы Россия вступила с весьма нищим населением. На пороге последнего десятилетия XX в. 21% граждан обладали имуществом стоимостью от 5 до 10 тыс. руб. (столько в то время стоила лег-

ковая машина типа «Жигули» или «Москвич» либо садовый домик на участке в 6 соток). Большим по стоимости имуществом владели только 14% россиян. А 65% граждан соответственно обладали имуществом, стоимость которого не превышала и 25 средних месячных зарплат (итого примерно 3250 руб. в ценах того времени), т. е. жили крайне скудно.

После начала в 90-х годах реформ экономики и законодательства положение начало хотя и очень медленно, но меняться. Закон наконец разрешил гражданам владеть факторами производства на условиях частной собственности. Правда, и сегодня трудно говорить о полноценной частной собственности на землю (в части сельскохозяйственных угодий) и другие природные ресурсы. И все же возрождение частной собственности на факторы производства уже начало менять структуру семейных доходов россиян.

В структуре доходов российских семей в 1982 г., как в зеркале, отражалось общество, в котором человек владел лишь единственным фактором производства — своим трудом. Поэтому доля доходов от труда по найму была в СССР существенно выше, чем в США. При этом государство перераспределяло через свои органы куда большую долю доходов семей: в СССР на долю социальных выплат приходилось 24% против 12%, которые составляют в доходах американцев трансфертные платежи (различного рода пособия беднякам). В то же время в СССР полностью отсутствовали доходы в форме дивидендов из прибыли акционерных фирм, прибыли единоличных собственников фирм, а процентный доход был крайне мал.

Государство было практически единственным работодателем: от него наши сограждане получали 97% своих доходов. Поэтому чем беднее становилось государство на протяжении последних десятилетий, тем медленнее росли доходы граждан. Увеличить свои доходы за счет продажи иных факторов производства они не могли: им не принадлежало ничего, кроме собственной способности трудиться.

При этом зарплата наших граждан в условиях планово-командной системы была искусственно занижена. Правда, это обстоятельство наши сограждане научились со временем «компенсировать» с помощью таких малопочтенных способов, как:

- искусственное завышение объема сделанного («приписки»). Величина «приписок», по оценкам экспертов, доходила до 30% к сумме начисленной заработной платы;
- халтурное исполнение своих трудовых обязанностей;
- хищение на производстве («движение несунув»), когда миллионы людей жили под девизом: «Все, что не прибито, — мое; все, что можно оторвать, — не прибито!»

Поэтому становится понятным размах разительных перемен, произошедших в жизни общества в последние несколько лет. Достаточно лишь сравнить структуру доходов в 1982 г. со структурой доходов в 2000 г.

Что же произошло в стране, о чем говорит срез содержимого семейных кошельков россиян?

Прежде всего о том, что страна переживает два параллельно развивающихся мощных процесса.

Первый процесс — формирование новых экономических механизмов и возникновение новых источников доходов граждан. Именно с этим связан рост доли доходов от предпринимательства и владения собственностью с 1% в 1982 г. (когда такие денежные поступления советская статистика стыдливо именовала «прочие доходы») до 19,8% в 2000 г.

Второй процесс — постепенный выход России из экономического кризиса, проявлявшегося в первой половине 90-х годов прежде всего в спаде производства. Этот кризис оказывал огромное влияние на формирование семейных доходов вследствие:

1) крайне медленного (по сравнению с инфляцией и доходами предпринимателей, розничных торговцев и банкиров) роста заработной платы наемных работников на предприятиях большинства отраслей производственного сектора экономики. Эти предприятия испытывали большие трудности со сбытом своей продукции, у них не было доходов и не было соответственно возможности для повышения оплаты труда своим работникам;

2) роста числа безработных, получающих лишь пособие по безработице, которое меньше заработной платы.

Экономический подъем, начавшийся в стране в 1999—2000 гг., уже привел к росту доли заработной платы в доходах населения с кризисного уровня в 46,6%, который сложился, скажем, в 1994 г., до 65,6% в 2000 г. И если эта тенденция к экономическому росту будет сохранена, то больше резкого падения доли заработной платы в доходах произойти не должно.

Семейные доходы — это денежные средства, которые члены семьи получают от посторонних лиц или организаций и могут использовать для оплаты собственных расходов.

§ 53. Семейные расходы и закономерности их изменения

Немало интересного для оценки состояния дел в экономике могут дать и сведения о семейных расходах.

Обнаружил это в XIX в. немецкий статистик Эрнст Энгель. Он исследовал и описал зависимость, которую в честь него стали называть законом Энгеля.

Закон Энгеля: с ростом доходов семьи удельный вес расходов на питание снижается, доля расходов на одежду, жилище и коммунальные услуги меняется мало, а доля расходов на удовлетворение культурных и иных нематериальных нужд заметно возрастает.

Описываемая этим законом логика изменения расходов порождается тем, что различные жизненные блага имеют для людей неодинаковую полезность. И потому потребности в них существенно дифференцируются по масштабам.

Быстрее всего человечество достигает удовлетворения своих потребностей в продовольствии (как пошутил один экономист: *«Наши потребности в пище всегда ограничены стенками нашего желудка»*). Поэтому при росте доходов доля затрат на питание начинает снижаться первой. Затем наступает очередь затрат на одежду, хотя здесь процесс «насыщения» идет медленнее. Причина проста: потребности такого рода все время подстегиваются столь мощным инструментом, как мода.

Труднее всего людям удовлетворить свои запросы в области жилья. При анализе данных табл. 14.2 легко заметить, что чем в стране ниже затраты на питание и одежду, тем выше доля затрат на оплату жилья. И дело не в том, что в этих странах жилье стоит дороже, а в том, что выше качество жилья и обеспеченность им.

Таблица 14.2

Структура расходов семей горожан в 1989 г.

(в %)

Страна	Питание	Одежда и обувь	Жилье	Транспорт	Обучение и лечение
США	10,0	6,5	25,5	13,5	17,5
Япония	15,0	6,0	24,0	10,0	15,0
Швеция	16,5	7,0	30,5	19,0	3,0
Греция	33,0	9,5	20,5	13,0	4,5
Португалия	35,0	11,0	15,0	16,0	6,0
Россия*	52,0	20,0	5,2	8,0	3,0

Кроме того, жилье — наряду с автомобилями — является товаром «престижного спроса». Поэтому люди стремятся иметь комфортное жи-

лье не только ради удобства, но и чтобы подчеркнуть свое общественное положение. Это очень хорошо заметно и в России, где в последние годы стало развиваться строительство помпезных особняков, призванных продемонстрировать окружающим богатство своих владельцев.

Эрнст Энгель утверждал (и сегодня это общепризнано), что раз личное потребление во всех странах развивается по сходным моделям, то анализ структуры семейных расходов позволяет сравнивать:

1) уровни благосостояния разных групп населения одной страны (принимая в качестве критерия долю расходов семьи на питание);

2) благосостояние граждан разных стран.

Попробуем, например, воспользоваться рекомендациями Энгеля для сопоставления уровней благосостояния граждан России и других стран мира. Табл. 14.2 показывает структуру расходов семей на личное потребление в разных странах мира в 1989 г. (данные по России — за 1998 г.).

Если исходить из закона Энгеля, то в экономическом развитии и по уровню благосостояния своих граждан лидируют Япония и США. Россия же (с ее 52% расходов на питание) находится на последнем месте среди стран, приведенных в таблице. Столь высокий уровень расходов на питание в США, Канаде и большинстве западноевропейских стран существовал 70—100 лет назад. Соответственно на столько же Россия отстала от этих стран в обеспечении благосостояния своих граждан.

Анализ семейных бюджетов будет неполон без учета влияния на экономику семей столь мощного процесса, как инфляция.

§ 54. Инфляция и семейная экономика

Негативное влияние инфляции на семейную экономику связано с тем, что общий рост цен и падение в итоге покупательной способности денег обесценивают заработки трудоспособных членов семьи. В итоге инфляция ведет к резкому росту разницы между **номинальными** и **реальными доходами** семьи.

Номинальный доход — сумма денег, полученная гражданином или семьей в целом за определенный период времени.

Рост реальных доходов семей зависит от соотношения темпов роста номинального дохода и общего уровня цен. Так, если заработки за год вырастут на 30%, а цены — на 40%, то реальные доходы составят лишь 92,9 % $[(130 : 140) \times 100]$ от прежнего уровня, т. е. снизятся на 7,1%.

Реальный доход — объем товаров и услуг, который гражданин или семья может приобрести в определенный период времени на свои номинальные доходы.

Применив такой метод расчета к фактическим данным, мы обнаружим, например, что номинальная заработная плата в среднем за 2000 г. была выше, чем в 1998 г., в 2,16 раза (2268 руб. в месяц против 1051 руб.). Но при этом из-за роста розничных цен реальная заработная плата в 2000 г. в среднем была ниже, чем в 1998 г., на 4,4%. А вот если сравнить заработки россиян не в среднем за год, а декабрь с декабрем, то обнаружится, что номинальная заработная плата в конце 2000 г. была выше, чем в конце 1998 г., в 2,12 раза и при этом на 34% возросла и реальная заработная плата. Это значит, что в конце 2000 г. рост заработной платы стал происходить быстрее, чем розничных цен, и реальное благосостояние россиян наконец начало понемногу улучшаться.

Столь существенная разница в изменениях номинальных и реальных доходов сильно сказывается на многих важнейших экономических процессах страны. Прежде всего, падение реальных доходов отрицательно влияет на состояние торговли: ведь люди могут купить куда меньше потребительских товаров. И напротив, рост реальных доходов ведет к росту покупок товаров и услуг. Так, если сравнить объем продаж товаров в розничной торговле в среднем за 2000 и 1998 гг., то рост за два года составил всего 0,5%. А вот если сопоставить данные двух декабрей (т. е. посмотреть именно тот период, когда реальные доходы стали расти быстрее номинальных), то обнаружится, что в конце 2000 г. россияне купили в магазинах товаров больше, чем в конце 1998 г., уже на 15 %.

От инфляции люди страдают по-разному, в зависимости от того, чем они занимаются и какие заработки получают. С этой точки зрения все семьи следует разделить на две основные группы:

- 1) семьи с *фиксированными* доходами;
- 2) семьи с *переменными* доходами.

В первую группу попадают семьи, чьи доходы не зависят от уровня трудовой активности их членов. Это пенсионеры, безработные, инвалиды, студенты и многодетные семьи. К этой группе относятся также работники отраслей, услуги которых оплачиваются по фиксированным ставкам из средств государственного бюджета. Это армия, правоохранительные органы, медицина, образование, связь, социальные службы и т. д.

Во вторую группу входят те семьи, члены которых работают в производственных отраслях, а также предприниматели и творческая интеллигенция. Они обладают большими возможностями для увеличения своих доходов за счет изменения уровня трудовой активности или забастовок с требованием о повышении заработной платы. Им легче замедлять или предотвращать падение своих реальных доходов.

Первыми жертвами инфляции становятся семьи с фиксированными доходами, прежде всего пенсионеры, инвалиды и многодетные семьи. Именно поэтому после взрыва инфляции в России в 1992 г. на улицах наших городов появилось так много стариков, инвалидов и женщин с детьми, просящих подаяния.

Особенно тягостное последствие инфляции состоит в том, что часто она начинает работать как «машина времени» и, с позиций закона Энгеля, как бы отбрасывает страну в прошлое. Так, если в 1975 г. доля расходов граждан России на продукты питания составляла 45,5%, а к 1991 г. упала ниже 39%, то после взрыва инфляции в 1992 г. она подскочила до 50%. Получается, что Россия, с точки зрения благосостояния граждан, вернулась лет на 20 назад.

При этом инфляция не просто повышает долю расходов на питание в структуре семейных бюджетов, но и меняет модель питания — люди начинают переходить на наиболее дешевые, хотя и не самые здоровые виды продовольственных товаров. Например, в 1992 г., когда произошел наибольший рост цен, доля мясных и молочных продуктов в рационе россиян сразу упала. Недостающие калории наши соотечественники восполнили картошкой — продуктом далеко не самым полезным. И все равно общее потребление основных продуктов питания сократилось в том году на 3 кг в месяц.

Инфляция ударяет по семьям и с другой стороны: обесценивает сбережения. Если темп годовой инфляции выше, чем проценты по вкладам в банк, то реальная ценность вклада падает — на хранящуюся в банке сумму денег теперь можно приобрести меньше товаров и услуг, чем прежде.

Например, если темп годовой инфляции 80%, а банк платит владельцу вклада 50% годовых, то ценность вклада падает за год примерно на 17%: $[1 - (150 : 180)] \times 100$.

Именно так «сгорели» в 1992 г. все сбережения наших сограждан, хранившиеся в Сберегательном банке. Прыжок цен за год в 26 раз превратил все, что люди копили долгими годами, в совершенно мизерные суммы. На них теперь стало невозможно купить мало-мальски ценную вещь, не говоря уже о том, чтобы прожить. Восстановить сбережения сразу государству оказалось не под силу, хотя на этот счет был даже принят специальный закон. Но для его реализации нужна настолько крупная сумма денежных средств, что государство найти ее пока просто не в состоянии. С большим трудом удалось найти средства для компенсации вкладов лишь самых пожилых владельцев сбережений — тех, кому исполнилось 80 и более лет.

Теперь мы сумеем разобраться в странном на первый взгляд изменении структуры расходов семей россиян в 1993—2000 гг.

К концу 2000 г. в стране еще не был восстановлен даже тот уровень реальных доходов, который существовал в 1991 г. И тем не менее россияне стали меньше тратить на текущие нужды и больше сберегать. Доля текущих денежных расходов сократилась за этот период до 79% денежных доходов (против 84,4% в 1993 г.).

Сэкономленные деньги наши соотечественники направили на покупку валюты. Доля этого вида расходов за тот же период возросла более чем в 4 раза — с 1,9% в 1993 г. до 7,7% в 2000 г. (а в 1995 г. доходила даже до 15%), и потому обменные пункты стали встречаться на улицах всех российских городов чаще, чем, скажем, рестораны или столовые. Россияне стали меньшую, чем в 1993 г., долю доходов хранить в банках и большую — просто в наличных деньгах.

Такое поведение россиян вполне логично: вкладывая все, что можно, в валюту, они пытаются спасти свои заработки от инфляции. К сожалению, даже сбережения в свободно конвертируемой валюте полностью решить эту задачу в нашей стране не могут. По расчетам экспертов журнала «Деньги», при темпах инфляции, сложившихся в 2000 г., покупательная способность сбережений в валюте, даже помещенных на валютные вклады в банках, а не просто хранимых дома без процентного дохода, могла быть сохранена лишь в том случае, если бы курс доллара за год возрос с 28,6 руб. до примерно 31 руб., т. е. почти на 3 руб. (8%).

Казалось бы, все это проблемы чисто внутрисемейные. На самом деле на рубеже XX-XXI вв. проблема семейных сбережений россиян стала одной из главных тем обсуждений в руководстве страны, и вот почему.

Экономика России состоит сейчас из огромного числа устаревших предприятий. Многие из них способны производить продукцию только с низким уровнем качества и при куда более высоких затратах, чем иностранные конкуренты. Значит, у этих предприятий нет будущего — они обречены закрыться, а их работники — стать безработными.

Избежать такого драматичного развития событий можно только в том случае, если вложить огромные суммы денег в реконструкцию этих предприятий.

Единственный реальный источник этих денег — сбережения граждан. Но если люди превращают свои доходы в валюту или наличные деньги и хранят их дома, то их сбережения оказываются изъятymi из экономики и потому недоступными для предприятий. Между тем именно так обстоит сейчас дело в России: на конец 2000 г. денежные накоп-

ления населения составили (без учета хранимой дома валюты, а это приблизительно 50—50 млрд долл.) примерно 679 млрд руб., из которых в банки было вложено 301 млрд руб. (44% общей суммы сбережений). Еще 131 млрд руб. (19%) нашими согражданами были вложены в покупку ценных бумаг, приносящих доход. Остальные сбережения, а это ни много ни мало 247 млрд руб., или 36% всей суммы накоплений, были вложены россиянами в наличные деньги, т. е. выведены из сферы инвестиций.

Это лишь один из примеров того, что положение дел в семейной мини-экономике в конечном счете определяет состояние экономики страны в целом, подобно тому как состояние маленьких кораллов определяет прочность огромных коралловых архипелагов.

Поэтому управление страной можно признать разумным только в том случае, если государство постоянно держит в своем поле зрения события в мире семейной экономики и предотвращает развитие в нем опасных или неблагоприятных процессов.

Основные выводы

1. Важным способом изучения состояния экономики страны является анализ структуры семейных доходов. Эта структура отражает то, какой собственностью владеют семьи. Чем шире круг такой собственности, тем выше доля семейных доходов в национальном доходе страны. Основным источником семейных доходов в большинстве стран мира является заработная плата наемных работников. В России кризис экономики привел к тому, что доля заработной платы в структуре семейных доходов упала ниже 50%.

2. Структура семейных расходов зависит как от их абсолютной величины, так и от достигнутого страной уровня экономического развития. В силу закона Энгеля по мере роста благосостояния доля расходов на питание обычно снижается, и поэтому по величине этой доли можно оценивать степень благосостояния граждан. В России она превышает 50%, что значительно выше, чем в промышленно развитых странах мира.

3. Проблемы бедности особенно обостряются в условиях высокой инфляции. Это происходит из-за отставания роста реальных доходов от номинальных. Особенно тяжело страдают от инфляции семьи с фиксированными доходами. Кроме того, инфляция ухудшает положение семей в силу обесценения сбережений, когда темпы инфляции оказываются выше, чем уровни доходов по сбережениям, гарантируемые банками. Поэтому многие российские семьи пытаются спасти свои

сбережения путем покупки валюты. Это создает большие трудности для экономики страны, поскольку лишает отечественные предприятия возможности через банки получить эти сбережения в долг с целью реконструкции и улучшения выпускаемой продукции.

Контрольные вопросы

1. Что позволяет семьям получать доходы?
2. Каковы основные виды доходов семей?
3. Какой вид доходов пока практически недоступен семьям россиян?
4. Какую закономерность описывает закон Энгеля?
5. Какие товары «престижного потребления» вы можете назвать?
6. О чем говорит сравнение структур расходов семей граждан различных стран?
7. Почему номинальные и реальные доходы изменяются по-разному?
8. Какие семьи страдают от инфляции сильнее?
9. Какой процентный доход по вкладам должны предлагать банки при годовом росте цен на 70%, чтобы люди согласились поместить в них свои сбережения?

Вопросы для обсуждения

1. В условиях плановой экономики СССР многие блага (жилье, образование, здравоохранение) были практически бесплатны для граждан. Между тем у экономистов есть поговорка: «Бесплатных завтраков не бывает». Каким образом удавалось сохранить «бесплатность» перечисленных выше благ для граждан СССР?
2. Одна из самых страшных бед отечественной экономики — отсутствие способов накопления гражданами не обесценивающихся со временем сокровищ. Так ли это и почему?
3. Почему в России сейчас так трудно решить проблему развития массового строительства частного жилья, хотя многие экономисты считают, что за счет такого строительства можно было бы резко ускорить выход страны из кризиса?

ГЛАВА 15.

НЕРАВЕНСТВО ДОХОДОВ И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ

Если свободное общество не может помочь
тем многим, кто беден, оно не сможет спасти
тех немногих, кто богат.

Джон Ф. Кеннеди, 35-й президент США

По улицам российских городов ездит много красивых и дорогих иностранных автомобилей. В любом городе можно найти прекрасно отделанные личные особняки с роскошными ванными комнатами или мебелью в стиле французских королей, магазины, цены на товары в которых заканчиваются многими нулями... Но в то же время на чердаках домов зимой ютятся бездомные, а на вокзалах просят подаяние нищие. Как возникает такое различие в уровнях благосостояния граждан одной и той же страны, почему до сих пор человечество не смогло решить проблему бедности?

§ 55. Что порождает неравенство в благосостоянии

Проблема неравенства благосостояния — одна из древнейших, как и порождаемое этой проблемой социальное напряжение, а проще говоря, враждебное отношение бедных к богатым. Недаром даже в Библии можно найти такие строки: «...удобнее верблюду пройти сквозь игольные уши, нежели богатому войти в Царство Божие» (Евангелие от Матфея, гл. 19, стих 24).

Поэтому экономическая наука давно и постоянно занимается изучением неравенства и его негативных последствий, а также разработкой мер по их ослаблению.

У этой проблемы есть две грани:

- 1) неравенство доходов;
- 2) неравенство богатства.

Как мы уже знаем, люди получают доходы в результате предоставления находящихся в их собственности факторов производства (своего труда, капитала, земли) в пользование фирмам для производства нужных людям благ либо вкладывают эти ресурсы в создание собственных фирм.

В таком механизме формирования доходов изначально заложена возможность их неравенства. Как видно на рис. 15.1, причины этого:

1) разная ценность принадлежащих людям факторов производства (капитал в форме компьютера, в принципе, способен принести больший доход, чем капитал в форме лопаты);

2) разная успешность использования факторов производства (работник в фирме, производящей дефицитный товар, может иметь более высокий заработок, чем его коллега той же квалификации, работающий в фирме, товары которой продаются с трудом);

3) разный объем принадлежащих людям факторов производства (владелец двух нефтяных скважин получает при прочих равных условиях больший доход, чем владелец одной скважины).



Рис. 15.1. Причины, порождающие неравенство доходов

Используя свои доходы, люди могут тратить их часть на приобретение дополнительного объема факторов производства. Например, семья может положить часть своих заработков в банк, чтобы получать доход не только в форме заработной платы, но и в форме процента. Так формируется богатство семьи, т. е. та собственность, которой владеют ее члены (за вычетом долгов, которые сделала семья, чтобы приобрести эту собственность). Скажем, если семья взяла деньги в банке, чтобы купить магазин, и вернула банку пока только 50% долга и проценты на одол-

женные деньги, то в состав ее богатства войдет соответственно только 50% цены этого магазина.

Богатство семьи — собственность семьи, свободная от долгов.

Свое богатство семья может завещать, т. е. с помощью завещания подарить своим детям. А это значит, что различия в богатстве могут нарастать от поколения к поколению, создавая все более прочные основы для различия в доходах, приносимых богатством и трудовой деятельностью.

Завещание — юридически оформленное дарение богатства, вступающее в силу после смерти его владельца.

Ни одной экономической системе не удалось ликвидировать неравенство доходов и богатства семей. Даже в условиях командной системы СССР государство было вынуждено отказаться от принципов полной уравнительности (их пытались реализовать только в период так называемого военного коммунизма) и перейти к формированию доходов по принципу: «От каждого — по способностям, каждому — по труду». Но поскольку способности у людей различны, их труд имеет разную ценность, что влечет за собой неодинаковое вознаграждение за труд, т. е. различие в доходах.

Кроме того, руководством страны практиковалось поощрение государственных чиновников и партийных работников «неденежными доходами», т. е. правом на покупку дефицитных товаров по пониженным ценам в так называемых закрытых распределителях. В итоге реальные доходы и богатство семей резко различались.

Неравенство доходов и богатства может достигать огромных масштабов и создавать угрозу для политической и экономической стабильности в стране. Поэтому практически все развитые страны мира постоянно осуществляют меры по сокращению такого неравенства. Но разработка мер по регулированию неравенства доходов возможна лишь при умении точно измерять степень дифференциации доходов и богатства, а также определять результаты воздействия на нее с помощью государственной политики.

Задача эта внешне проста, но решить ее удалось не сразу. Лишь относительно недавно были созданы методы, получившие общее одобрение.

Познакомимся для начала с методом, используемым для оценки масштабов первого из факторов возникновения неравенства — различия доходов. Этот метод назван в честь его создателя «методом построения кривой Лоренца».

Эта кривая позволяет увидеть, насколько реальное распределение доходов страны между семьями отличается от абсолютного равенства и абсолютного неравенства. Для ее построения нужны данные о том, какая часть семей получила ту или иную долю общего дохода страны. Пример такого рода информации для американских семей в 1999 г. содержится в табл. 15.1.

Таблица 15.1

Распределение семей граждан США по уровню годового дохода
в 1999 г.

Группы семей по уровню доходов	Доля от общей суммы доходов	Доля от общей численности семей нарастающим итогом	<в%>
			Доля доходов семей нарастающим итогом
Беднейшие 20%	3,7	20	3,7
Вторые 20%	9,0	40	12,7
Средние 20%	15,0	60	27,7
Четвертые 20%	23,0	80	50,7
Высшие 20%	49,3	100	100,0

Кривая Лоренца строится на основе данных, приведенных в последней колонке, где доли полученных доходов даны нарастающим итогом. Так, если в таблице указано, что 60% семей американцев получили 27,7% доходов, то это значит, что в эти 27,7% вошли доходы и 20% беднейших семей, и 20% семей с более высокими доходами, и 20% семей со средними доходами. А соответственно 73,3% всей суммы доходов достались 40% наиболее богатых семей. График, соответствующий данным этой таблицы, представлен на рис. 15.2.

Эта кривая несколько напоминает лук, где прямая линия — как бы тетива, а лежащая ниже кривая (собственно, и называемая кривой Лоренца) — это слегка согнутый корпус.

Тетива такого «лука Лоренца» — это вариант абсолютного равенства доходов семей. Оно бы достигалось в стране, где 20% семей получили бы 20% общей суммы семейных доходов, 40% семей — 40% доходов и т. д.

Напротив, если бы корпус «лука» был прямым, прикреплен к тетиве только с одной стороны (на рисунке сверху) и свисал вертикально вниз, то это соответствовало бы ситуации абсолютного неравенства в распределении доходов. Так выглядела бы кривая Лоренца в стране, где 1% богатейших семей получал бы 100% всех доходов.

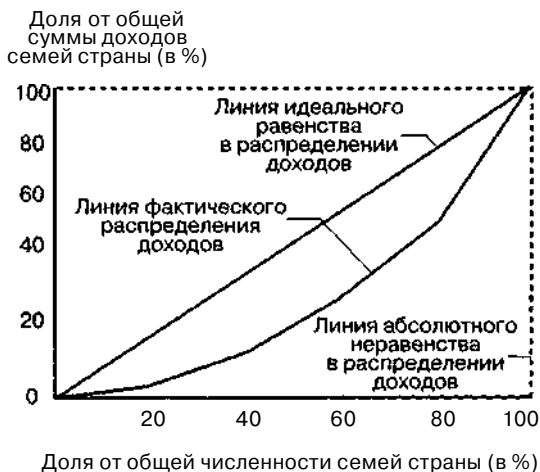


Рис. 15.2. Вид кривой Лоренца в США в 1999 г.

Реально общество всегда живет в области между абсолютным равенством и абсолютным неравенством. По кривой Лоренца хорошо видно, к чему ближе фактическое распределение доходов — к абсолютному равенству или неравенству. И чем больше в данной стране неравенство семей по уровню доходов, тем сильнее изгибается корпус «лука Лоренца».

Это хорошо видно на рис. 15.3, показывающем изменения вида кривой Лоренца в России в 90-х годах.

Сопоставив рис. 15.2 и 15.3, мы увидим, что в 1991 г. корпус «лука Лоренца» был в России изогнут заметно слабее, чем в США. Иными словами, неравенство доходов семей американцев явно было больше, чем в нашей стране. Но затем неравенство доходов в России стало нарастать, и в 1994 г. «лук Лоренца» уже был изогнут в нашей стране куда сильнее (почти как в США). Но в последние годы XX в. этот процесс, к счастью, удалось остановить, и, как мы видим, в 2000 г. распределение доходов осталось практически таким же, как в 1994 г.

Хорошо это или плохо?

Этот вопрос из категории самых сложных во всей экономической науке. И дать на него однозначный ответ просто невозможно.

Дело в том, что в проблеме дифференциации доходов экономика слишком тесно переплетается с социальной психологией, с традиция-

ми той или иной страны. А они сильно меняют стандартные модели человеческого поведения, которыми оперируют ученые-экономисты. В поисках ответа можно опереться прежде всего на экономическую историю человечества. А она свидетельствует, что нежелательно и абсолютное равенство в распределении доходов, и слишком сильный изгиб корпуса «лука Лоренца».

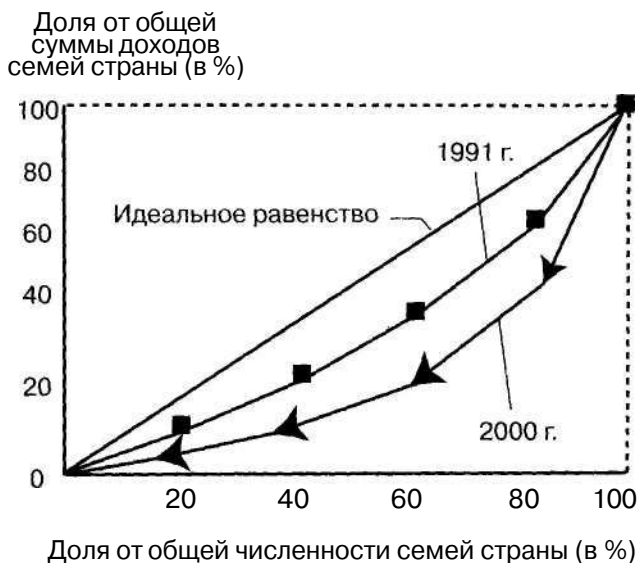


Рис. 15.3. Изменения кривой Лоренца в России в 90-х годах

Абсолютное равенство в доходах убивает в людях стимулы к производительному труду. Все мы рождаемся разными и наделены разными способностями, иногда довольно редкими. В любой стране всегда крайне мало людей, способных достичь вершин математики, стать выдающимися футболистами или создать процветающее предприятие. Поэтому на общенациональном рынке труда спрос на такие способности намного превышает предложение. А это ведет к росту цены трудовых способностей таких людей, т. е. их доходов.

Впрочем, люди с одинаковым типом способностей выполняют одни и те же обязанности тоже по-разному: с разной производительностью

труда и качеством продукции. Это зависит от их индивидуальности, физических особенностей и нервно-психического склада. Как же следует оплачивать эти различные результаты труда и что является более важным — сам факт труда или его результат?

Если оплачивать одинаково — «по факту труда», то это не устроит людей, работающих с большей производительностью и наделенных полезными обществу талантами. Многие из них перестанут работать в полную силу, и результативность их труда опустится до уровня наименее одаренных и наименее трудолюбивых членов общества. В итоге возможности экономического прогресса страны уменьшатся, а темпы роста благосостояния всех ее граждан замедлятся. Именно такие последствия «уравниловки» в оплате труда оказали крайне губительное влияние на экономику СССР и стали одной из главных причин постепенного прекращения ее роста.

Вот почему оплачивать деятельность людей приходится по-разному, в строгом соответствии с производительностью и качеством труда.

В силу этого определенное неравенство доходов следует признать нормальным. Более того, это крайне важный инструмент поощрения трудовой активности людей.

По этому поводу выдающийся английский экономист XX в. лорд Джон Мейнард Кейнс как-то заметил: **«Пока наука не одержит неизбежную победу, приходится выбирать между равным распределением нищеты и неравным распределением богатства».**

Экономическая история содержит немало примеров, доказывающих, что по мере развития хозяйства страны и роста общего уровня благосостояния ее граждан степень неравенства доходов поначалу возрастает и лишь затем начинает медленно снижаться.

Таким образом, неравенство доходов — это та цена, которую обществу приходится платить за ускорение роста общего уровня благосостояния всех граждан страны. Но необходимость такой «платы» никогда не вызывает у людей радости. Напротив, чем выше различия в уровнях жизни между богатыми и бедными, тем сильнее недовольство последних. Экономисты давно установили, что различие в доходах становится опасным для социального мира в стране, если оно:

- 1) становится чрезмерно большим;
- 2) увеличивается слишком высокими темпами.

Некоторые ученые-экономисты полагают, что предел натяжения «лука Лоренца» наступает в тот момент, когда на долю беднейших 40% населения приходится менее 12—13% общей суммы доходов семей страны. Такой перекося в распределении благ обычно порождает огромное

недовольство малоимущих граждан и может привести к совершенно нежелательным для страны социально-экономическим и даже политическим последствиям. Именно громадная безработица и обнищание населения привели к власти в Германии в 1933 г. фашистскую партию Адольфа Гитлера.

Поэтому отечественные экономисты и правительство постоянно ищут способы предотвращения чрезмерно быстрого и резкого усиления различий в уровнях жизни россиян, начавшегося в 90-х годах. Развитие этого процесса иллюстрирует рис. 15.4, где показано изменение соотношения в уровнях среднедушевых доходов 10% самых богатых и 10% самых бедных семей нашей страны.

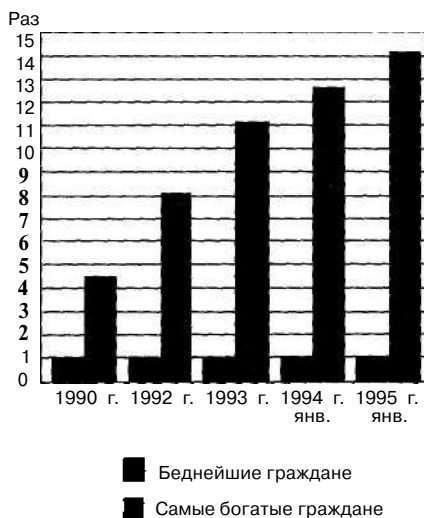


Рис. 15.4. Рост дифференциации доходов в России в 90-х годах (отношение доходов самых богатых семей к доходам самых бедных семей)

Как мы видим, всего лишь за 4 года — с 1990 по 1995 г. — разница в уровнях доходов богатейших и беднейших россиян возросла в 3,16 раза (с 4,5 до 14,2 раза). В конце кризисного 1998 г. разрыв в доходах 10% семей с самыми высокими доходами и 10% семей с самыми низкими доходами достигал 16 раз, что много даже по мировым меркам. И лишь к концу века удалось несколько снизить столь большой разброс в уровнях доходов россиян. В итоге на рубеже XX и XXI вв. этот показатель в нашей стране был выше, чем:

во Франции, — в 1,11 раза;
в Англии и Германии, — в 1,97 раза;
в Швеции, — в 2,27 раза.

Из развитых стран мира большая, чем в России, дифференциация доходов сейчас существует только в США. Здесь среднедушевые доходы самых богатых граждан выше, чем самых бедных, в 15,9 раза, что в 1,12 раза превышает разрыв, сложившийся в нашей стране (рис. 15.5). В развивающихся странах Азии и Африки, конечно, встречаются еще большие различия в уровнях доходов.

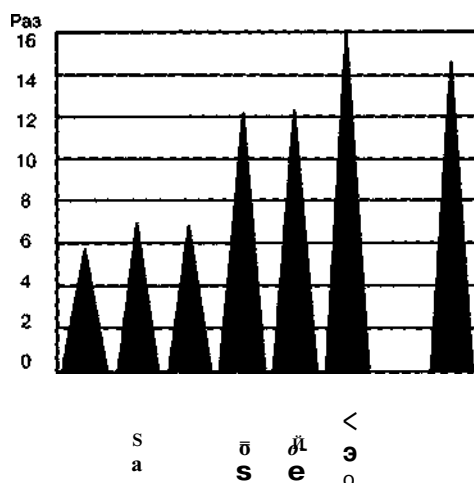


Рис. 15.5. Различия в дифференциации доходов граждан разных стран

Причину такого быстрого нарастания неравенства в доходах помогает найти рис. 15.6.

На нем хорошо видно, что еще в 1991 г. более половины (а точнее, 55%) россиян имело месячный доход на одного члена семьи в узком диапазоне 250—500 руб. в месяц (колонка 2). Доля самых бедных граждан (с доходом до 250 руб. в месяц) составляла 24% (колонка 1), а самых богатых (с доходом свыше 1000 руб. в месяц) — всего 1% (колонка 4). Это вполне соответствует характеристике, принадлежащей знаменитому английскому политику Уинстону Черчиллю, сказавшему однажды: «Социализм — это равное распределение убожества, а капитализм — это неравное распределение блаженства».

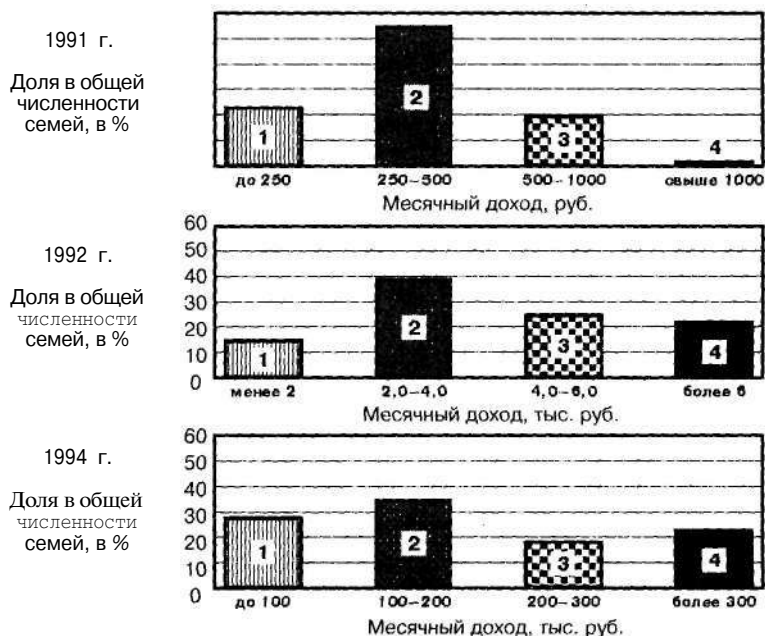


Рис. 15.6. Распределение семей россиян по уровням месячного дохода

Начавшиеся в 1992 г. радикальные реформы в экономике сразу изменили картину распределения доходов. На первых порах казалось, что это изменение было довольно хорошим. Действительно, хотя доля людей со средним доходом упала до 39%, но зато доля людей в 3-й доходной группе поднялась с 19,8 до 25%, а самых богатых — даже до 22%. Соответственно резко упала доля людей с минимальными доходами — до 14%.

Однако нарастание экономического кризиса в 1993—1994 гг. изменило ситуацию с доходами россиян не в лучшем направлении. Произошло явное нарастание доли наименее доходных групп населения, а доля богатейших семей в общей численности семей практически не выросла. Доля семей со средневысоким доходом упала с 25% в 1992 г. до 18% в 1994 г. Снизилась и доля семей с умеренно-средними доходами: до 34% против 39% в 1992 г. Соответственно резко выросла доля семей с минимальными доходами: до 27% против 14% в 1992 г.

Лишь к 2000 г. распределение доходов начало несколько улучшаться: к началу XXI в. душевые доходы более 2000 руб. в месяц имело уже более 40% россиян. И тем не менее, по данным на начало 2001 г., дохо-

ды ниже прожиточного минимума имело 30% населения России. При этом в целом за последние 10 лет XX в. доля беднейшего населения в России увеличилась в 5 раз — с 6 до 30%. Главной причиной такой динамики эксперты считают «беспрецедентный рост неравенства в распределении материальных ресурсов». За период с 1991 по 2001г. уровень дифференциации оплаты труда в России вырос как минимум в 4 раза. В итоге в 2002 г. на долю 10% населения с самыми высокими доходами приходилось 32% общего объема денежных доходов (за тот же период 2001 г. — 33,5%), а на долю 10% населения с самыми низкими доходами — 2,3% общего объема денежных доходов (2,4%). Хотя рост экономики после 1998 г. все же начал сказываться на улучшении ситуации с дифференциацией доходов: по данным Госкомстата РФ, доля населения со среднедушевым доходом менее 1 тыс. руб. в 2002 г. снизилась до 7,5% против 12,7% в 2001 г., а доля населения со среднедушевым доходом более 4 тыс. руб. достигла 28,3% (17,6 %).

Покупательная способность россиян упала даже по сравнению с 1913 г. Столь низкой покупательной способности, как в этом году, у россиян не было в течение последних ста лет. К такому выводу пришли специалисты Российской академии естественных наук, сопоставив размер заработной платы населения и цены на основные продукты питания, действовавшие на территории России в разное время.

Так, жители царской России в 1913 г. на месячное жалованье каждый месяц могли покупать 49 кг мяса, или 244 л молока, или 220 кг хлеба. Во времена нэпа (1924—1927 гг.) зарплату можно было потратить с большей выгодой. Ее бы хватило уже на 90 кг говядины, или 290 л молока, или 315 кг хлеба. Во времена культа личности (данные за 1940 г.) граждане могли выбирать только между 33 кг мяса, 147 л молока или 170 кг хлеба. В 60-е годы советский гражданин мог себе позволить 58 кг мяса, или 290 литров молока, или 237 кг хлебобулочных изделий. Распорядиться зарплатой в 80-е годы можно было в пределах 90 кг мяса, или 500 л молока, или 500 кг хлеба. В 2002 г. среднестатистический россиянин на свою зарплату мог купить всего лишь 20 кг мяса, либо 135 л молока, либо 290 кг хлеба.

Подобные изменения в распределении доходов были вызваны следующими причинами:

- 1) трудности, переживаемые Россией в связи с необходимостью разрушить командную систему и построить — практически с нуля — рыночную систему, привели к временному спаду производства и отставанию роста заработков на предприятиях многих отраслей от темпов инфляции. В результате большая группа работников, получавших ранее заработка среднего уровня, оказалась в категории низкооплачиваемых;

2) во времена командной системы в России сформировалась большая масса людей, привыкших не зарабатывать, а «получать» зарплату от государства за сам факт прихода на работу. Многие из людей такого типа не захотели или не смогли перестроиться на активные поиски заработка в формирующейся рыночной экономике и оказались в группе с минимальными доходами;

3) возникшие в стране новые частные фирмы из-за сложной экономической обстановки и политической нестабильности предпочитают вести дела в сфере торговли и финансовых операций, где деньги «оборачиваются» быстрее. Но торговые и финансовые фирмы обычно имеют куда меньшую численность персонала, чем промышленные предприятия. Это означает, что и новый сектор экономики пока не создает достаточно дополнительных рабочих мест для людей с высокой квалификацией, которые могли бы получать заработки на среднем уровне и тем самым стать основой российского среднего класса;

4) лишь с осени 1998 г. начался умеренный подъем производства в основных отраслях экономики и благодаря этому стали возрастать уровни заработной платы на выживших в ходе многолетнего кризиса предприятиях. В ноябре 2000 г. средняя месячная зарплата составила в экономике России 2508 руб., в том числе в промышленности 3270 руб.

Поэтому для нашей страны сейчас крайне важно научиться правильно пользоваться механизмом регулирования дифференциацией доходов. Этот механизм создан в развитых странах мира для разрешения противоречия между неравной одаренностью людей и размерами собственности, с одной стороны, и необходимостью обеспечить всем людям хотя бы минимально достойный образ жизни — с другой.

В основе этого механизма лежат три элемента:

- 1) разделение функций работодателей и государства;
- 2) прогрессивное налогообложение личных доходов;
- 3) система государственной социальной поддержки беднейших граждан и создание им равных «стартовых» возможностей.

Смысл первого из этих элементов очевиден — работодателей не интересует социальная справедливость. Они озабочены уровнем доходности фирм и потому стремятся платить людям только за фактический результат их труда — за вклад в успех фирмы.

Государство же имеет дело с народом «в целом» и решать проблемы стимулирования роста производительности и качества труда отдельного работника не может.

Зато, в отличие от конкретных фирм, государство всегда крайне озабочено поддержанием по всей стране социального мира и политической стабильности.

Ради предотвращения социальных взрывов, вызванных озлобленностью все возрастающего числа граждан, живущих в нищете, государство старается обеспечить всем своим подданным приемлемые условия существования и .смягчить различия в доходах.

Достигается это на основе использования двух остальных элементов упомянутого выше механизма.

§ 56. Регулирование неравенства доходов с помощью налогов

Правительства многих стран давно пришли к выводу, что одним из самых простых и удобных способов смягчения неравенства в доходах является установление для самых богатых граждан более высоких ставок изъятия доходов в пользу государства. Такой механизм сокращения различий в доходах получил название прогрессивного налогообложения.

.Например, в 1999 г. российское налоговое законодательство предусматривало такую шкалу **прогрессивного налогообложения** граждан применительно к сумме заработка за год (табл. 15.2):

Таблица 15.2

Шкала прогрессивного налогообложения доходов граждан РФ в 1999 г.

Размер совокупного облагаемого дохода, полученного в календарном году, руб.	Ставка налога в федеральный бюджет, %	Ставка налога в бюджеты субъектов Российской Федерации, %
До 30 000	3	9
От 30 001 до 60 000	3	2700 р. + 12% с суммы, превышающей 30 000 р.
От 60 001 до 90 000	3	6300 р. + 17% с суммы, превышающей 60 000 р.
От 90 001 до 150 000	3	11 400 р. + 22% с суммы, превышающей 90 000 р.
От 150 001 и выше	3	24 600 р. + 32% с суммы, превышающей 150 000 р.

Таким образом, с каждого рубля первых 30 тыс. руб. заработка государство забирало 12 коп. (из них 3 коп. — в федеральный бюджет и 9 коп. — в областные или республиканские бюджеты), а с каждого рубля следующих 30 тыс. — уже 15 коп. Затем норма налогового изъятия возрастала до 20 коп. — столько забирало государство с каждого рубля доходов граждан, превышающих 60 тыс. руб., доходя по максимуму до

35 коп. с рубля доходов тех россиян, у которых эти доходы за год превысили 150 тыс. руб. Например, при годовом заработке 74 тыс. руб. (6,17 тыс. руб. в месяц) в казну государства надо было уплатить:

в федеральный бюджет — 2,22 тыс. руб. ($74 \times 0,03$);

в бюджет области или республики — 6,3 тыс. руб. + 2,38 ($14 \times 0,17$) = 8,68 тыс. руб.

Итого «чистыми» — после вычета налогов — человеку из 74 тыс. руб. оставалось 63,1 тыс. руб., т. е. 85 %.

Прогрессивное налогообложение обычно строится так, чтобы не нарушать равноправия граждан. Действительно, с первых 30 тыс. руб. годового дохода налог 3,6 тыс. уплатил бы и тот, кто не заработал за год 33 тыс. руб., и тот, кто (как в нашем примере) заработал бы 74 тыс. руб. Последнему по более высокой ставке пришлось бы платить лишь начиная с 31-й тысячи своих доходов.

Чтобы такая система налогообложения могла работать, необходимо знать общую сумму всех доходов гражданина за год. Ведь если человек имел 2—3 источника доходов (а сегодня это стало нормой жизни для многих россиян), то в каждом из мест его доходы могли и не превысить нижнего порога налогообложения. А вот общая сумма могла оказаться существенно выше.

Для решения проблемы суммарных доходов во всем мире давно применяется специальная процедура — ежегодное составление декларации о суммарных доходах. Заполнять этот документ до 2000 г. должны были все россияне, которые получали заработки в нескольких местах, особенно если их суммарный заработок превысил установленный государством порог. Этот документ представлялся в налоговую службу, и недостающая сумма (т. е. недоплата) вносилась гражданином в казну государства дополнительно. С другой стороны, если гражданин получал право на налоговые льготы, то реализовать его он также мог лишь после представления декларации о доходах. Это остается справедливым и сейчас, хотя с 2001 г. в России вместо прогрессивной шкалы налогов была введена единая ставка налога с доходов граждан в 13%.

Надо сказать, что государство строго наказывает тех граждан, которые не представили налоговую декларацию, если обязаны были это сделать. Более того, во многих странах мира наказание за сокрытие доходов от налогообложения часто бывает более строгим, чем за нарушение уголовного кодекса. Например, один из самых известных главарей мафии США Аль Капоне, которому удавалось уйти от ответственности за многие темные дела, попал в тюрьму за укрытие от налогов доходов, полученных им от легальных форм бизнеса.

Цель прогрессивного налогообложения доходов может быть сформулирована как сокращение масштабов превышения доходов наиболее состоятельных граждан над средним уровнем доходов граждан страны в данный период времени. Влияние такого налогообложения на кривую Лоренца можно увидеть на рис. 15.7.

Верхняя линия обозначает вариант абсолютно равномерного распределения доходов, нижняя линия — исходное распределение доходов в действительности до уплаты налогов, а пунктирная линия — распределение доходов после уплаты прогрессивного и потому выравнивающего налога на доходы.



Рис. 15.7. Изменения в распределении доходов под влиянием прогрессивного налогообложения

На графике видно, что введение прогрессивного налогообложения приближает фактическое распределение доходов к линии абсолютного равенства.

Кроме прогрессивного обложения доходов богатейших граждан, смягчению экономического неравенства способствуют также налоги на имущество и наследство (такие налоги действуют уже и в России).

Наконец, еще один важнейший способ смягчения экономического неравенства — это передача части доходов, изъятых у богатейших граждан, беднейшим группам населения через программы социальной помощи.

Прогрессивное налогообложение доходов — система изъятия доходов граждан в пользу государства, при которой доля изымаемых доходов прогрессивно возрастает по мере увеличения абсолютной величины личных доходов гражданина.

§ 57. Бедность как экономическая проблема

Прогрессивное налогообложение доходов, а также налоги на имущество и наследство сокращают масштабы экономического неравенства «со стороны богатей». Но этого мало. Нужны еще и способы смягчения этого неравенства «со стороны бедняков», т. е. способы, позволяющие улучшить условия жизни беднейших граждан.

Решение этой задачи чрезвычайно актуально сейчас для России, где многие люди живут крайне бедно.

Во времена планово-командной системы говорить о том, что в нашей стране есть бедные, категорически «не рекомендовалось». В последние годы эта тема выплеснулась на страницы печати и стало казаться, что нищета пришла в российскую жизнь вместе с экономическими реформами.

На самом деле это не так. В 1989 г. у 75% россиян средний доход в месяц на одного члена семьи был меньше 100 руб., в том числе у 33% — меньше 70 руб. Даже при искусственно заниженных государственных розничных ценах (13 коп. за батон хлеба, 2 руб. за килограмм мяса и 5 коп. за проезд на метро) это означало, что каждый третий в стране жил уже тогда крайне бедно. Реформы и развернувшийся экономический кризис лишь обострили проблему бедности, привлекли к ней внимание общественности.

Причин такого обострения было несколько:

1) экономические трудности заставили многие предприятия прибегнуть к увольнению работников или переводу их на неполную рабочую неделю;

2) в 1995— 1996 гг. ситуация в экономике стала настолько сложной, что случаи задержки выплаты заработной платы и на частных предприятиях, и в государственных учреждениях приобрели массовый характер;

3) тяжелая экономическая ситуация в стране и высокий уровень преступности крайне затруднили развитие предпринимательства. Из-за это-

го люди, уволенные со старых (государственных или приватизированных) предприятий, не могли найти работу в новых частных фирмах.

К сожалению, резкий рост масштабов бедности в нынешней России был практически неизбежен. Он явился платой за тот застой в экономике, который существовал в СССР на протяжении 60—80-х годов. Период застоя привел к тому, что в наследство от СССР Российской Федерации досталось хозяйство с устаревшей структурой, технически отсталыми предприятиями, низкой производительностью труда, чрезмерно высокими нормами расхода материалов и энергии на производство товаров, истощенными варварской эксплуатацией природными ресурсами.

С таким же «взрывом бедности» сталкивались и другие страны, переживавшие переходный период, когда им приходилось резко менять экономическую политику и многие элементы самой экономической системы общества. Но от этого россиянам не легче, и они все активнее требуют от правительства ускорения роста благосостояния. Что-то сделать удастся, но этого пока явно недостаточно.

Поэтому сегодня Россия пытается создать действенные механизмы помощи бедным. Эта помощь осуществляется, как правило, в форме различного рода программ социальной поддержки.

Первый и самый очевидный способ такой поддержки — дать бедным дополнительные денежные средства или возможность получения части товаров бесплатно либо приобретения их по сниженным ценам. Эту задачу обычно решают с помощью социальных трансфертов.

Социальный трансферт — денежная сумма, передаваемая государством беднейшим гражданам для повышения их уровня жизни и формируемая за счет средств, изъятых с помощью налогов у более состоятельных граждан.

Использование системы трансфертов — самый простой, но далеко не безобидный способ помощи беднякам. Дело в том, что система социальных трансфертов имеет серьезные недостатки.

Во-первых, она ослабляет заинтересованность наименее трудолюбивых, одаренных и активных граждан в более интенсивной работе ради заработка, так как пособия позволяют им достичь вполне приемлемого соотношения «заработок — усилия». Возникает жизненная позиция: «Пусть я получаю меньше, чем мой бывший одноклассник, но зато и не надрываюсь, как он!»

Этот аспект — развращающее воздействие мер социальной поддержки на бедняков — подметил живущий в США замечательный русский поэт Наум Коржавин. Его поразил сам механизм выдачи матерям-одиночкам вэлферов (так американцы называют денежные пособия бедня-

кам — от англ. *wealth* — «богатство»). Механизм выдачи вэлферов устроен так, что денежная сумма возрастает по мере увеличения числа детей в семье. Следовательно, чем больше детей в семье, тем больше помощь.

Например, в Калифорнии мать-одиночка с двумя детьми получает на протяжении 10—15 лет до 16 тыс. долл. в год. Но на эту помощь женщина может рассчитывать лишь до тех пор, пока не выйдет замуж. Тогда она лишается права на такую помощь.

О том, к чему это приводит, и написал Наум Коржавин:

«...Первым забил тревогу насчет таких социальных программ один негритянский мыслитель, написавший труд под названием «Роль вэлферов в развале негритянской семьи». Тревожиться действительно есть о чем.

Женщина не выходит замуж, а получает возможность выбирать и содержать партнеров на средства налогоплательщиков. Кошунственно, но такие матери получают возможность вести паразитический и безнравственный образ жизни. Люди, придумывавшие эту гуманную программу, исходили из абстрактной идеи, не представляя реальных людей, реальных детей, для которых старались.

Кроме программы помощи для матерей-одиночек, есть еще 75 социальных программ, в том числе для вполне трудоспособных мужчин и женщин, попадающих в трудное положение. Они во множестве случаев в тайне от социальных служб подрабатывают, продолжая получать помощь.

Социальные программы предусматривают выплату наличных денег, выдачу талонов на питание, полностью или частично оплаченное жилье, бесплатное отопление, установку кондиционера, завтраки для детей, питание младенцам, медицинское обслуживание. Но радикалы все кричат: «Надо выдирать, выдирать, выдирать у капиталистов, все должны помогать голодным! А если не помогаете, то вы — враг бедных, враг детей, враг бесплатных завтраков!»

Как сказал один консервативный экономист, «...я против бесплатных завтраков, я хочу, чтобы родители зарабатывали достаточно, чтобы платить за завтраки своих детей. Ведь бесплатных завтраков не бывает, за них непременно кто-то платит».

Надо сказать, что на те же грабли наступила и Россия. Во многих российских деревнях, например, детей рожают для заработка и живут они в неполных семьях на попечении бабушек. Это связано вовсе не с крахом института брака или тем, что на Руси перевелись любящие своих детей матери. Беда в другом. Существующая система социальных трансфертов построена так, что рожать ребенка выгоднее всего матери-оди-

ночке — она получает большее пособие в связи с рождением ребенка. А затем мать отказывается от ребенка и опеку над ним оформляет бабушка. В этом случае пособие на ребенка оказывается существенно больше, чем если бы мать сама получала такое пособие. Результат тот же что и в США: система социальной поддержки беднейших разрушает семью — основу общества.

Во-вторых, система трансфертов и другие методы социальной поддержки подрывают стимулы к более производительной деятельности у наиболее трудолюбивых, одаренных и активных членов общества: ведь по мере роста доходов им приходится через налоги отдавать все большую их часть на помощь беднейшим.

Например, экономистам известно такое явление, как «шведская безработица». В этой стране, являющейся «чемпионом социальной поддержки», для поддержания высоких социальных трат государству пришлось ввести крайне высокие налоги. В результате многие наиболее квалифицированные специалисты стали ежегодно брать отпуск не на один, а на два месяца (в том числе на один месяц — за свой счет). Дело в том, что, поскольку сумма их заработка в 11-м месяце подпадает уже под более высокую ставку подоходного налога, работа в этом месяце не только не увеличивает, но сокращает общую величину чистого дохода, остающегося у них после налогообложения.

Нечто похожее существовало в нашей стране и при системе прогрессивного налогообложения. Не желая платить высокие налоги, многие россияне стали получать основную часть зарплаты «по-черному», т. е. наличными в конвертах. В итоге реальные поступления подоходного налога с наиболее состоятельных граждан резко упали, и, чтобы переломить ситуацию, государство вынуждено было перейти к одноставочной («плоскоставочной») системе обложения доходов граждан. Сразу после этого поступления подоходного налога заметно выросли, но зато резко зазвучали голоса критики со стороны политиков левой ориентации, указывавших, что такая система налогообложения доходов не способствует сокращению социального неравенства в российском обществе. И в этом они правы. Но более эффективного решения системы налогообложения доходов граждан российскому правительству пока найти не удается.

Между тем при нормально отрегулированной экономической системе именно повышенная экономическая активность наиболее одаренных, трудолюбивых или предприимчивых граждан объективно движет экономический прогресс всего общества, ведет к росту «пирога благ», который может быть поделен в данный момент времени.

Вот почему бороться с бедностью необходимо не только и, может быть, даже не столько за счет социальных трансфертов, сколько за счет помощи беднейшим гражданам в увеличении их заработанных, а не дарованных государством доходов.

Наиболее результативными при этом являются следующие способы:

1) создание равных «стартовых условий» для всех граждан. Это означает, что успех карьеры каждого должен определяться только его врожденными способностями и никакие социальные условия не должны мешать гражданам стартовать в равных условиях. На практике для этого нужно:

а) запретить любую дискриминацию при приеме на работу по расовым, социальным или иным признакам;

б) обеспечить всем детям нормальные условия для развития (это затрагивает проблемы питания, воспитания, медицинского обслуживания, среднего и высшего образования);

2) расширение возможностей найти работу даже для тех, кто одарен природой менее щедро.

Эти способы помощи беднейшим гражданам требуют больших усилий со стороны государства, чтобы стать действительно результативными.

Масштабы социальных программ в развитых странах мира сегодня огромны, что хорошо показано на рис. 15.8.

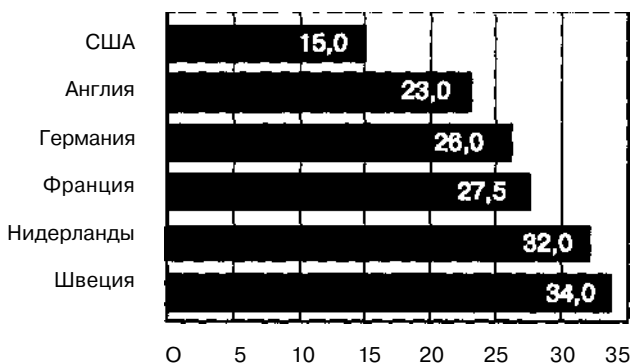


Рис. 15.8. Расходы на социальную поддержку граждан в начале 90-х годов в различных странах мира (в % к ВВП)

Все развитые страны мира постоянно продолжают совершенствовать свои системы социальной поддержки малоимущих. Они пытаются най-

ти ту грань, за которую эта поддержка не должна выходить, чтобы не подрывать основу основ экономики — стремление людей работать, поскольку только так можно обеспечить себе и своим близким достойное и, более того, комфортное существование.

Россия сейчас ищет свою модель социальной политики. Это дело чрезвычайно трудное, поскольку масштабы помощи беднейшим гражданам надо расширять очень существенно.

Сегодня в России масштаб социальных программ, направленных на поддержку бедных семей, крайне ограничен. Это преимущественно небольшие социальные выплаты, производимые в пользу семей с особенно низкими доходами. В ту же категорию попадают и так называемые социальные пенсии, выплачиваемые, например, инвалидам с детства, т. е. людям, которые в силу врожденных или полученных в раннем детстве физических или умственных дефектов неспособны заработать себе на жизнь. Но даже на такие выплаты государству нужны немалые средства. Откуда государство может их взять? За счет изъятия части доходов состоятельных граждан и коммерческих фирм, т. е. налогообложения.

Основные выводы

1. Важным условием социального мира в любой стране является предотвращение чрезмерной разницы в доходах наиболее богатых и самых бедных граждан. Анализ степени таких различий в России с помощью разнообразных методов показывает, что она быстро возрастает. Для смягчения чрезмерной дифференциации доходов необходимо вмешательство государства. Оно осуществляется с помощью прогрессивного налогообложения доходов и систем социальной поддержки.

2. Для смягчения различий в уровнях доходов применяется система прогрессивного налогообложения личных доходов. Его суть состоит в том, что более богатые граждане отдают в казну государства большую долю своих доходов, чем бедные. Решение этой задачи на практике осуществляется с помощью составления налоговых деклараций, учитывающих все заработки налогоплательщика за год и определяющих сумму, которую он должен государству доплатить. Прогрессивное налогообложение облегчает государству сбор средств для помощи беднейшим слоям общества.

3. Бедность является давней проблемой нашей страны, но в последние годы она существенно обострилась. В числе российских бедняков сейчас преобладают многодетные семьи, молодежь и безработные. Для улучшения условий жизни беднейших граждан государство обычно оказывает им помощь через социальные программы. Однако такие систе-

мы помощи всегда имеют те или иные недостатки и часто порождают иждивенчество. Кроме того, расширение масштабов социальной поддержки требует усиления налогообложения фирм и наиболее активных и состоятельных членов общества. А это может создать угрозу для развития страны в целом.

Контрольные вопросы

1. Что такое экономическое неравенство?
2. Что порождает неравенство доходов?
3. В чем состоит различие подходов фирм и государства к проблеме неравенства доходов?
4. Что такое прогрессивное налогообложение и в чем его экономический смысл?
5. Кто должен заполнять и сдавать в налоговую инспекцию декларацию о доходах?
6. Как налоговая инспекция узнает о доходах граждан?
7. Какие группы населения в России сегодня наиболее бедны и с чем это связано?
8. Что такое социальные программы и в чем их смысл?
9. Почему социальные программы могут приводить к ослаблению трудовой активности населения?

Вопросы для обсуждения

1. Проблему неравенства можно смягчить, если запретить людям передавать детям по наследству любое дорогое имущество (квартиры, дома, машины, землю, фирмы и т. д.). Приемлем ли такой способ устранения неравенства?
2. В России существуют программы социальной помощи инвалидам от рождения и другим гражданам, которые не в состоянии прокормить себя. Эти системы основаны на выплате социальных пенсий, как правило, очень близких к прожиточному минимуму. Могут ли эти программы существенно ослабить остроту проблемы бедности?
3. В СССР считалось, что беднякам лучше всего помогать путем установления на основные товары крайне низких цен. В США цены на все товары таковы, какими их формирует рынок, а беднякам выдают денежные пособия на покупку товаров. Какой способ более разумен и почему?

ГЛАВА 16.

РЫНОК ФИНАНСОВОГО КАПИТАЛА

Склонность к сбережению зависит от наличия избытка доходов по сравнению с необходимыми расходами.

Альфред Маршалл

Для того чтобы любая фирма могла осуществлять свою коммерческую деятельность, ей нужно собрать воедино все необходимые виды ресурсов: труд, капитал, землю, предпринимательские способности. Но откуда фирма их берет?

Ответ внешне прост: все это приобретается на рынках производственных ресурсов (с одним из таких рынков — рынком труда — мы уже познакомились выше). Такие рынки играют огромную роль в жизни России, и вокруг проблем их развития кипят жаркие споры бизнесменов и политиков. Чтобы понять суть этих споров и их значение для жизни обычных граждан, нам стоит теперь обсудить проблемы функционирования рынков и других производственных ресурсов, и прежде всего рынка капитала.

§ 58. Сбережения и их превращение в капитал

Анализируя устройство рыночной экономики, мы обнаружили: одним из главных видов ресурсов для организации любой коммерческой деятельности являются оборудование, здания, сооружения — то, что создано трудом людей и называется физическим капиталом.

Физический капитал — здания, сооружения, машины, мелиоративные системы, используемые для превращения с помощью технологий природных веществ в полезные людям блага.

Ближе к концу XX в. термин «физический капитал» как универсальное определение несколько устарел. Дело в том, что он подразумевает вещественную природу элементов капитала. Между тем в результате научно-технического прогресса все большее значение для коммерческой деятельности стал приобретать новый вид производственного капитала — **невещественный (незримый) капитал**.

Невещественный (незримый) капитал — знания, умения и информация, которые могут быть длительно использованы для производства благ и их продажи (например, патенты, лицензии, авторские права, умения людей, торговые марки).

Но ограничим пока круг нашего внимания только физическим капиталом, поскольку до сих пор он играет все-таки основную роль в производстве желанных людям благ.

Естественно, что для каждой фирмы набор элементов физического капитала свой. Скажем, если рассматривать в качестве фирмы Робинзона Крузо (а это вполне правомерно: ведь он выступал на рынке своего острова единственным производителем товаров, которые у него приобретал единственный «покупатель» — Робинзон Крузо), то что для него было капиталом? Ответ очевиден: все инструменты, с помощью которых он мог добыть себе еду, а также изготовить жилище и одежду. Поскольку Робинзон жил на острове один (пока не появился Пятница), то капитал он создавал своими руками, изготавливая примитивные инструменты.

Правда, как видно на рис. 16.1, с помощью такого самодельного капитала он мог изготовить изделия далеко не лучшего качества (вырубленному им колесу очень далеко до идеала). Повысить качество позволил бы более совершенный капитал, о котором Робинзон мог только мечтать.



Рис. 16.1. Физический капитал с точки зрения Робинзона Крузо

Но представим себе, что на соседнем острове существовало бы производство такого инструмента и наш островитянин мог бы туда доплыть на самодельной лодке. В этом случае у него сразу бы возникла проблема: как купить этот инструмент, чем оплатить его приобретение?

Это означает, что Робинзону пришлось бы решать общую проблему всех фирм: как добыть денежный капитал, на который можно приобрести капитал физический?

Поиск способов решения этой проблемы привел человечество в конце концов к созданию особого рынка, на котором покупаются именно денежные средства для коммерческой деятельности, — рынка денежного капитала, или просто рынка капитала.

Рынок капитала — рынок, на котором продаются **финансовые ресурсы, необходимые** для организации **коммерческой деятельности фирм**.

Покупателями на рынке капитала являются коммерческие фирмы. Но кто продавцы на этом рынке?

Эту роль исполняют владельцы сбережений.

II Сбережения — остаток от доходов после оплаты всех расходов, связанных с текущим потреблением.

Как видно из самого определения этого термина, сбережения могут возникать только у тех, кто получает доходы.

Следовательно, все сбережения в конечном счете принадлежат семьям (правда, в некоторых, достаточно редких случаях сбережения могут образовываться и у государства). Создавая сбережения, семьи ограничивают свое текущее потребление ради увеличения потребления будущего. Схематически это изображено на рис. 16.2.

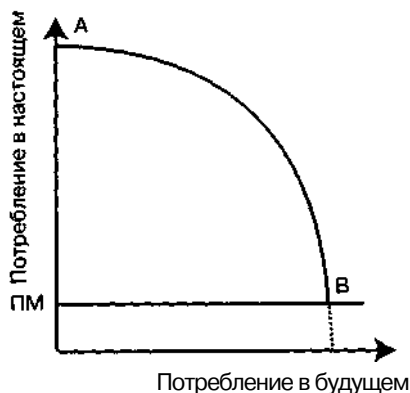


Рис. 16.2. Сбережения как выбор между текущим и будущим уровнями потребления

На рисунке видно, что если семья делает выбор в пользу текущего потребления, т. е. ничего не откладывает, то она достигает наивысшего уровня потребления в настоящем (точка A). При этом уровень ее потребления в будущем несколько не возрастет по сравнению с текущим моментом.

Напротив, семья, максимально ориентированная на сбережения, направляет на эти цели все средства сверх стоимости прожиточного минимума (линия ПМ). И тогда ее текущее потребление сжимается именно до прожиточного минимума. Но зато в будущем она сможет резко повысить свое потребление (точка B). Например, ей будет по силам приобрести те дорогостоящие блага, о которых не сможет и мечтать семья, живущая только днем сегодняшним.

Уровень **склонности к сбережениям** различается по семьям в зависимости от:

- 1) уже достигнутого ими уровня благосостояния (величины накопленного имущества всех видов);
- 2) уровня получаемых денежных доходов и его соотношения с прожиточным минимумом (чем они ближе, тем объективно ниже возможности семьи сберечь хоть что-то);
- 3) жизненной ориентации и воспитания членов семьи (всегда есть люди, которые принципиально «живут только настоящим», и люди, которые «готовят свое будущее»; при одном и том же уровне доходов вторые будут сберегать больше).

Склонность к сбережениям — отношение суммы сбережений к общей сумме доходов.

Сравним для примера средние склонности к сбережениям в американских и российских семьях (табл. 16.1).

Таблица 16.1

Структура семейных расходов в США и России
(в % от общей суммы доходов семьи)

Направление использования денежных доходов семьи	Семьи граждан США (1988 г.)	Семьи граждан России (1994 г.)
Налоговые платежи	14,9	7,1
Расходы на личное потребление	81,4	65,6
Семейные сбережения	3,7	27,3

Данные табл. 16.1 наглядно показывают, что российские семьи проявляли значительно большую склонность к сбережениям, нежели американцы. В итоге этого объем вкладов физических лиц в кредитных организациях на рублевых и валютных счетах на 1 октября 2002 г. составил 949,7 млрд руб., увеличившись по сравнению с началом года на 35,2%, а по сравнению с соответствующим периодом 2001 г. — в 1,5 раза.

В чем же причина таких различий в склонностях к сбережению? Может быть, американцы просто более расточительны?

Скорее всего, дело в том, что за этими цифрами стоят две совершенно разные модели потребления:

- 1) модель покупки товаров в рассрочку (США);
- 2) модель покупки товаров с немедленным внесением их полной стоимости (Россия).

Продажа товаров в рассрочку — способ организации торговли, при котором покупатель приобретает товар, одалживая деньги у продавца или банка, и возвращает их затем частями в течение оговоренного времени, выплачивая, кроме того, проценты за одолженные ему деньги.

Если сбережения — это способ увеличения потребления в будущем, то получается, что американцы копили, быть может, даже больше, просто эти сбережения с точки зрения статистики выглядят как... расходы. В развитых странах семейная экономика опирается на покупку товаров в рассрочку, в кредит. Товар переходит в руки покупателя сразу, а его стоимость вносится затем по частям на протяжении оговоренного периода времени. Например, **ипотечная ссуда** предоставляется обычно на срок до 30 лет.

Ипотечная ссуда — кредит, предоставляемый для покупки недвижимости (квартиры, дома, земельного участка).

Такая продажа рассматривается как аналог денежной ссуды, и с покупателя берется плата, подобно банковскому кредиту. В итоге покупатель платит за товар больше цены на ярлыке, но зато получает его немедленно.

Так возникает «скрытое накопление», поскольку платежи за товары, купленные в рассрочку, равнозначны взносам на сберегательные счета россиян, но статистикой США и других стран классифицируются как расходы. Между тем задолженность американских семей по товарам и жилью, купленным в рассрочку, достигает сейчас уже более 3 трлн долл. и превышает сумму годовых семейных доходов примерно в 1,2 раза.

Эта модель семейной экономики весьма жесткая. При несвоевременной уплате очередных взносов за товар его могут просто забрать без возврата уже выплаченных денег. Так происходит даже в том случае, если этот товар — собственное жилье. Ежегодно за неуплату взносов из своих домов выселяют до 2,5 млн американцев. Поэтому семьи, приобретающие товары в рассрочку, сначала платят очередные взносы за имущество, а уж потом смотрят, сколько остается на питание и текущие покупки.

Если покупка товаров в рассрочку сопровождается столь жесткими условиями, то почему люди ею пользуются? Выгоды здесь две.

Первая из них — ускорение роста своего благосостояния, сокращение времени для достижения его желанного уровня. Человек не должен всю жизнь ютиться в арендованной квартире, чтобы лишь на старости лет купить на сбережения достойное жилье. Напротив, еще молодым он въезжает в хорошую новую квартиру или собственный дом, а потом

выплачивает его стоимость, уже наслаждаясь жизнью в комфорте. Тем самым продажа товаров и жилья в рассрочку меняет всю структуру человеческой жизни (рис. 16.3): доля, приходящаяся на комфортное существование, возрастает, хотя и совмещается с периодом погашения долгов.



Рис. 16.3. Изменение экономической структуры человеческой жизни при организации продажи жилья и товаров в рассрочку

Вторая выгода достигается лишь при покупке некоторых товаров, ценность которых со временем возрастает. К этой категории относятся жилье, земельные участки, ценные бумаги, произведения искусства и т. д. В условиях инфляции и ограниченности ресурсов (на одном участке «престижной» улицы нельзя построить два дома) рыночная стоимость таких товаров может существенно возрасти, а значит, увеличится и богатство семьи, владеющей таким имуществом.

Но как бы и для чего бы семьи ни копили деньги, едва возникают сбережения, возникает и вопрос: как ими лучше распорядиться до того момента, пока они не потребуются для оплаты каких-то расходов?

Выше мы уже выяснили, что хранение сбережений в форме наличных денег и дома — самый невыгодный способ. Он приводит к прямым потерям владельца сбережений из-за инфляции и упущенной возможности заработать на одалживании денег под проценты.

Поэтому у владельцев сбережений всегда есть потребность найти тех, кто готов взять сбережения «в работу», чтобы они росли, а не обесценивались. Эту функцию соединения владельцев сбережений и коммерсантов, нуждающихся в средствах для развития своего бизнеса, и вы-

полняет рынок денежного капитала. Именно с его помощью удастся использовать сбережения для инвестирования.

Инвестирование — направление денег на приобретение дополнительного капитала.

Экономический механизм любой страны только тогда можно считать нормально отлаженным, когда он предлагает владельцам сбережений широкий набор форм инвестирования, обладающих двумя главными параметрами качества:

- 1) выгодностью;
- 2) надежностью.

Если в стране не во что вложить сбережения, то нет особого смысла их копить и стараться заработать побольше. Это крайне негативно сказывается на росте производительности, качестве труда, да и на всей морали общества: зачем стараться работать лучше, если прирост зарплатов все равно с толком использовать невозможно?

Именно такую ситуацию в середине 80-х годов обнаружили отечественные социологи, опрашивая рабочих промышленных предприятий. Основная их масса и не помышляла больше чем о 50-рублевом приросте своих зарплатов (средняя зарплата тогда в СССР составляла немногим более 200 руб. в месяц). Это была вполне резонная позиция: зарабатывать намного больше денег не имело смысла, так как дефицитные товары все равно были дешевы и купить их можно было лишь по талонам профсоюзного комитета.

А делать денежные сбережения смысла особого не было. Хранить их можно было только в государственных сберегательных кассах, что обеспечивало владельцу сбережений мизерный доход — не более 3% в год. Это не спасало сбережения даже от обесценения, поскольку официально признаваемый государством рост средних розничных цен был выше, не говоря уже о скрытой инфляции.

Но если люди не видят смысла работать больше, чтобы увеличить свои заработки и часть их направить в сбережения, то экономика страны лишается главного мотора своего развития — человеческого интереса и инициативы. Именно это стало одной из причин того «загнивания», которое так сильно ощущалось в хозяйственной жизни СССР к середине 80-х годов.

Кроме того, если люди не копят деньги, то сумма свободных денежных средств, которые могут быть использованы для инвестиций, резко сокращается, и экономика начинает испытывать «инвестиционный голод». Ведь без инвестиций невозможны эксплуатация и обновление существующих предприятий, а главное — создание новых современных производств.

В стране, попавшей в полосу «инвестиционного голода», быстро дряхлеет вся сфера производства, а ее товары оказываются ненужными.

Как раз с такими проблемами столкнулась экономика России в 90-х годах. Быстро стареющая производственная база экономики требовала огромных сумм инвестиций, а россияне боялись вкладывать деньги в отечественную промышленность, считая эти инвестиции невыгодными и ненадежными.

Иными словами, был разрушен нормальный процесс формирования сбережений и их превращения в конечном итоге в физический капитал фирм. Этот процесс можно представить следующим образом (рис. 16.4).



Рис. 16.4. Процесс превращения доходов семей в капитал фирм

Как видно на рисунке, путь от доходов семей до капитала фирм — долгий и непростой. И удачным он может оказаться лишь в том случае, если в стране существует и успешно действует развитый рынок денежного капитала. О том, как должен быть устроен такой рынок и как он функционирует, мы будем говорить дальше.

Посчитаем — подумаем

Чтобы оценить выгоду ипотечного кредитования, воспользуемся реальными данными о рынке жилья в Голландии.

Молодой голландец, если он имеет работу, может получить ипотечную ссуду на сумму до 125 тыс. гульденов, которой достаточно для покупки квартиры. Ссуда ему будет предоставлена под 8,9% годовых, и это означает, что при сроке займа в 10 лет ему придется ежемесячно отдавать банку 1555 гульденов (т. е. суммарно 186 600 гульденов). При сроке займа в 20 лет сумма ежемесячного взноса сократится до 1092 гульденов, но зато общая сумма выплат банку составит 262 080 гульденов.

Если учесть, что снять квартиру в Голландии стоит примерно 1200–1500 гульденов в месяц, то станет ясна выгодность покупки жилья с помощью ипотечной ссуды. Нетрудно подсчитать, что аренда квартиры в течение 12–18 лет обойдется в ту же сумму, что и уплата банку по ипотечной ссуде. Но в последнем случае жилье становится уже собственностью и его владелец начинает экономить деньги (по сравнению с жизнью в арендованной квартире). Наконец, он получает возможность выгодно продать жилье или завещать его детям.

В России развитие рынка потребительского и, в частности, ипотечного кредитования сдерживается бедностью большинства семей, нуждающихся в улучшении жилищных условий. Так, по расчетам Госстроя РФ, семья россиян при покупке квартиры по ипотечному кредиту в объеме 70% стоимости квартиры при ставке в 18% годовых должна иметь ежемесячный совокупный доход на уровне 25,1 тыс. руб. Между тем доля семей с такими доходами составляет в среднем по Российской Федерации всего 4,7%.

§ 59. Устройство рынка капитала

В странах с развитыми экономическими системами рыночного типа (таких как США, Япония, страны Западной Европы и т. д.) рынок капитала имеет довольно сложную, сформировавшуюся за века структуру. Эта структура рождена необходимостью наилучшим образом согласовать весьма противоречивые порой интересы владельцев сбережений и коммерческих фирм, желающих получить эти сбережения в качестве инвестиций.

В гл. 8 мы уже подробно рассмотрели устройство рынка капитала.

Но в странах, где рынок акций только рождается, где регулирующие его законы еще отсутствуют, а государство недостаточно защищает интересы акционеров, ситуация для владельцев сбережений крайне опасна. Всегда находятся ловкие дельцы, использующие методы Джона Ло (см. «Экономика в лицах»), для обмана владельцев сбережений, готовых инвестировать свои средства в ценные бумаги.

Пережила в 1993—1994 гг. волну таких махинаций и Россия. Поэтому в ноябре 1994 г. указом Президента России была создана Федеральная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку при Правительстве РФ, которой было поручено осуществлять контроль за деятельностью эмитентов и профессиональных участников рынка ценных бумаг, проводить лицензирование профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг и регистрацию выпусков и отчетов об итогах их выпуска, добиваться раскрытия информации на рынке ценных бумаг, чтобы владельцы сбережений могли вкладывать свои средства более уверенно.

Отечественный рынок ценных бумаг (его чаще называют *фондовым рынком*, подразумевая, что здесь торгуют денежными фондами) вообще сейчас только формируется. Он еще очень хрупок и слабосилен: более или менее регулярно продаются и покупаются акции лишь нескольких десятков российских фирм. Недаром один из его участников пошутил: «Фондовый рынок в России есть, но это — демонстрационная версия».

Соответственно задача ближайших лет — перейти от «демонстрационной» к рабочей версии российского фондового рынка. И от успешности такого процесса зависит судьба всей российской промышленности. Она может выжить только в том случае, если получит крупные суммы капитала для реконструкции и преобразования своей структуры.

Необходимые суммы есть только у граждан страны (к февралю 2001 г. общая сумма сбережений населения составила 704 млрд руб., и еще несколько десятков миллиардов долларов граждане России хранили в форме наличной валюты и валютных вкладов в банках). Привлечь эти сбережения для инвестиций в отечественную экономику возможно с помощью эмиссии акций или облигаций предприятий и продажи их гражданам.

Но это произойдет только в том случае, если люди поверят в отечественный фондовый рынок и убедятся в его способности обеспечить ликвидность принадлежащих им акций, т. е. в возможности продать их в любой момент. Это означает, что на фондовом рынке реально имеют место два типа сделок:

1) *первичное размещение (эмиссия) акций*, приносящее фирмам дополнительный собственный капитал;

2) *вторичное обращение ценных бумаг*, позволяющее владельцам ценных бумаг и обладателям сбережений свободно продавать или покупать ранее эмитированные акции различных фирм.

Привлечь капитал с помощью первичной эмиссии акций непросто. Новую фирму никто не знает, владельцы средств не спешат отдать ей свои деньги: слишком велик риск их потери. Новое предприятие может оказаться неудачным, доходов от него не будет, да и акции не продать, а значит, и вернуть вложенные деньги не удастся. Вот, в частности, почему большинство вновь созданных фирм не может привлечь деньги с помощью акций.

Этот источник открывается для них только после того, как они добьются успеха, действуя в форме индивидуального (частного) предприятия или товарищества. Например, один из самых богатых людей США (его состояние оценивается в 24 млрд долл.) — владелец сети магазинов «Уолл-Март» Сэм Уолтон — для открытия своего первого магазина был вынужден вложить в фирму абсолютно все деньги, которые были у него и его брата Бада. Только тогда, когда ему принадлежало уже 30 успешно работавших магазинов, Уолтон смог впервые успешно продать свои акции на сумму 3,3 млн долл. На эти деньги он создал большой центр снабжения своих магазинов товарами, что позволило его компании сделать новый шаг вперед.

Для того чтобы подобные пути привлечения сбережений населения для пополнения капитала открылись и для отечественных фирм, предстоит сделать еще очень много — это работа на десятилетия.

Экономика в лицах

Джон ЛО

Одна из самых колоритных фигур в галерее великих экономистов — Джон Ло (1671-1729), сын богатого банкира из Шотландии.

С ранней молодости Красавчик Ло, как его звали друзья, пустился во все тяжкие, завоевав репутацию распутника, игрока и дуэлянта. 8 апреля 1694 г. он убил человека на дуэли и был за это приговорен к смертной казни. Не дожидаясь визита палача или решения о помиловании, Джон с помощью друзей бежал из тюрьмы, прыгнув с высоты 9 метров, и укрылся в Голландии.

В этой стране, используя свой талант спекулянта и игрока, Ло вскоре стал очень богатым человеком. Во всяком случае, когда он наконец решил закончить свои странствования и осесть в Париже, его состояние выражалось огромной суммой в 1 млн 600 тыс. ливров. Приезд во

Францию был вызван желанием Ло реализовать здесь свои экономические идеи, которые он вынашивал уже много лет. О тех из них, которые были связаны с банковским делом, мы будем говорить в гл. 17. А сейчас остановимся на попытке Ло использовать механизм акционерных фирм для оживления экономики Франции и обогащения акционеров.

В этих целях он учредил специальную организацию — «Компанию Индий», которая должна была осваивать долину реки Миссисипи (тогда эти территории были колонией Франции, а не Англии). Поначалу все шло именно в этом направлении: «Компания Индий» основала один из крупнейших ныне городов США — Новый Орлеан, названный так в честь покровителя Ло — регента Франции Филиппа Орлеанского.

Компания действовала в форме акционерного общества. Для того чтобы стать ее участником, нужно было внести деньги в уставный фонд в обмен на акцию (свидетельство о совладении имуществом компании). Чтобы акции покупали охотнее, Королевский банк, директором которого являлся все тот же Ло, начал по его указанию давать кредиты на их покупку.

Конечно, акционерная форма компаний уже была известна в Европе: освоение заморских колоний Англии, например, велось знаменитой «Ост-Индской компанией». Но созданная Ло «Компания Индий» являлась одной из первых акционерных фирм, открытых для широких масс рядовых акционеров, а не только богатейших купцов.

Поначалу у «Компании Индий» была прекрасная репутация. Но потом выяснилось, что во исполнение теоретических прожектов своего главы эта компания занялась вовсе не реальными операциями в долине Миссисипи, а финансовыми махинациями. Ло, реализуя свои теоретические воззрения, решил создать новую систему организации государственных денежных операций.

Средства, собранные с помощью продажи акций, Ло тратил на покупку ценных бумаг государства, становясь его крупнейшим кредитором (суммарная стоимость купленных Ло облигаций превышала 2 млрд ливров — гигантскую по тем временам сумму). Это означало, что в руках Королевского банка постепенно сосредоточивалась небывалая власть над страной.

И все было бы неплохо, если бы средства, вложенные по указанию Ло в подобные операции или деятельность «Компании Индий», приносили высокий доход. Но этого не происходило. Чтобы продолжать игру, Ло был вынужден печатать все новые и новые банкноты своего банка, расплачиваясь ими по всем обязательствам. Размеры такого выпуска превзошли все мыслимые границы и представляли для проекта Ло огромную опасность.

В то время по закону владельцы банкнот Королевского банка могли требовать их обмена на золото или серебро по номиналу. Но у Ло не было резервов драгоценных металлов, достаточных, чтобы удовлетво-

рить требования на всю сумму напечатанных банкнот, и он для начала попробовал ограничить размен банкнот на драгоценные металлы.

Это только усугубило положение: лишенные реального обеспечения банкноты Королевского банка превратились в малоценные бумажки (на черном рынке их продавали и покупали лишь за четверть номинальной стоимости). Поскольку банкноты Королевского банка служили главным средством обращения страны, дела во Франции пошли совсем худо. Цены начали расти, в Париже стало не хватать продовольствия. Крестьяне не хотели его продавать за «пустые» банкноты Ло (вспомните про медные деньги царя Алексея Михайловича — история повторяется!).

В ноябре 1720 г. кризис достиг предела. Регент был вынужден лишить банкноты Королевского банка статуса законного платежного средства. Ло едва не был убит разъяренной толпой, требовавшей размена банкнот на «настоящие деньги». Он спасся во дворце регента и месяц спустя бежал вместе с сыном в Брюссель. Во Франции он оставил жену, дочь и брата. Больше им не суждено было встретиться, так как его не пускали в страну, а их не выпускали оттуда. Во Франции Ло бросил и все свое имущество, которое, впрочем, было немедленно конфисковано в погашение его долгов.

Неудача Ло в операциях с акциями «Компании Индий» связана с его переоценкой возможности манипулирования их курсами. Поначалу акции «Компании Индий» не пользовались особым интересом у владельцев сбережений. При номинальной стоимости в 500 ливров их с трудом можно было продать лишь за 250 ливров. Чтобы изменить ситуацию, Ло через год начал биржевые спекуляции с акциями созданной им компании, искусственно взвинчивая их курс. Он заключил договор о покупке 200 таких акций, обязавшись приобрести их через шесть месяцев по цене 500 ливров, причем независимо от того, сколько к тому времени эти акции будут стоить на бирже на самом деле.

На первый взгляд это была нелепая сделка: зачем же переплачивать вдвое? Но Ло хорошо знал психологию людей и механизмы биржевых спекуляций. Его поведение вызвало интерес к акциям, и люди решили: раз сам Ло готов уплатить за эти акции в 2 раза выше нынешней рыночной цены, значит, они скоро начнут приносить громадный доход и надо их тоже скупать, и поскорее. Спрос на акции резко возрос, а потому поднялась и их цена, которая вскоре в несколько раз превысила номинал. Тут Ло купил заранее заказанные акции и сразу же их продал, получив огромную прибыль.

Но не эта прибыль была его целью, а ажиотаж среди покупателей акций. Добившись его возникновения, Ло начал выпускать новые акции и продавать их по все более высоким ценам, подогревая интерес будущих акционеров. И он свел Францию с ума.

Спрос на акции превышал размеры их выпуска. Чтобы купить возможные ценные бумаги, французы выстраивались в тысячные очереди.

ди, простаивая в них днем и ночью. Акции номинальной стоимостью 500 ливров продавали уже за 5000 ливров. Но что это значило для покупателей, если они знали: завтра эту акцию они без труда продадут на бирже за 7 или 8 тыс. ливров. Люди пытались проникнуть в кабинет Ло через печную трубу. Его секретарь нажил целое состояние на взятках с просителей, добивавшихся приема у Ло, чтобы выпросить у него акции. Его современница писала: «За Ло бегают так, что у него нет покоя ни днем ни ночью. Одна герцогиня публично целовала ему руки».

Бум вокруг акций нарастал — их цена достигла 20 тыс. ливров. В одной из сделок за 100 акций уплатили сумму, равную цене 15 центнеров серебра! Благодаря биржевым сделкам рождались огромные состояния — недаром именно тогда в лексикон человечества вошло слово «миллионер».

Увы, за этим биржевым сумасшествием не было реальной экономической основы — успехов «Компании Индий» (заброшенные Ло заморские операции «Компании Индий» не приносили больших прибылей), равно как и экономики Франции, в которой Ло стал на время реальным хозяином благодаря скупленным им государственным облигациям.

Спекуляции, основанные лишь на хитром манипулировании рынком акций, всегда быстротечны. Этот рынок не может долго жить в отрыве от реальной экономики. Курс акций можно искусственно поднять и столь же искусственно сбить, но сделать это удастся лишь ненадолго. В долгосрочном же плане курс акций отражает доходность операций акционерной компании, изменения стоимости ее имущества и устойчивость ее позиции на рынке. Вот почему крах империи Ло был неизбежен.

Этот крах многому научил человечество и в конечном счете привел к рождению жестких правил организации торговли ценными бумагами, снижающих опасность махинаций вроде тех, что проводил Джон Ло. За такие игры его бы сегодня во многих странах мира осудили бы на долгий срок тюремного заключения. Его бы не спасла и ссылка на то, что он пытался создать новый тип экономических механизмов, проверив свои теории практикой.

§ 60. Формирование цен на рынке капитала

Рынок капитала имеет довольно сложную структуру, и его деятельность обеспечивается с помощью самых различных денежных инструментов и организаций. Но во всех случаях мы имеем дело с продажей денежных средств владельцами сбережений и покупкой этих средств коммерческими фирмами, гражданами или государством. Поэтому для всех сегментов рынка капитала можно обнаружить общие закономерности. Они проявляются прежде всего в том, как на этом рынке формируется цена денежного капитала.

Цена денежного капитала — величина дохода (процента), который фирма должна обеспечить владельцам сбережений, чтобы те согласились предоставить эти сбережения для осуществления инвестиций.

Этот процесс подчиняется общим закономерностям рыночного ценообразования, и его основой является взаимодействие спроса на денежные средства и их предложения (рис. 16.7).

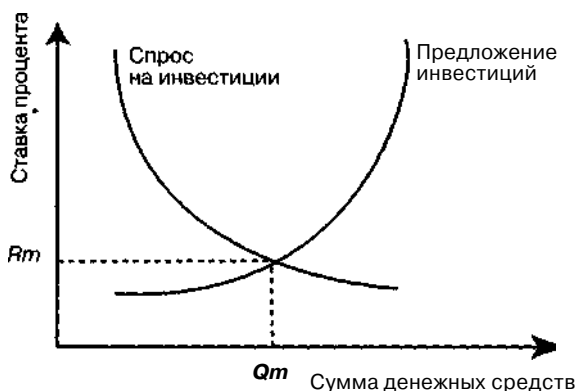


Рис. 16.7. Формирование рыночной цены капитала (рыночной ставки процента)

Рыночный спрос на инвестиции представляет собой сумму индивидуальных спросов всех фирм, нуждающихся для своего развития во внешних финансовых ресурсах. Рыночное предложение инвестиционных ресурсов является суммой индивидуальных предложений всех владельцев сбережений, которые готовы предоставить их коммерческим фирмам на платной основе.

Спрос на рынке капитала носит производный характер и определяется, во-первых, тем, насколько фирмам нужно расширить или модернизировать свои производственные мощности ради удовлетворения спроса на те или иные товары; во-вторых, тем, насколько прибыльно фирмы могут использовать средства, привлеченные ими с рынка капитала.

Для оценки такой прибыльности фирмы проводят специальные расчеты, называемые обычно *инвестиционным планированием* или *разработкой бюджетов планируемых инвестиций*. В ходе таких расчетов инвестиции особым образом сопоставляются с суммой будущих доходов, которые они могут принести.

Проведение такой оценки всегда является достаточно сложной задачей в силу ряда факторов:

- во-первых, инвестиционные расходы могут осуществляться либо разово, либо неоднократно на протяжении достаточно длительного периода времени (порой до нескольких лет);
- во-вторых, длителен и процесс получения результатов от реализации инвестиционных проектов;
- в-третьих, осуществление длительных операций приводит к росту неопределенности при оценке всех аспектов инвестиций и риску ошибки.

Именно наличие этих факторов породило необходимость в создании специальных методов оценки инвестиционных проектов, позволяющих принимать достаточно обоснованные решения с минимально возможным уровнем погрешности (хотя абсолютно достоверного решения при оценке инвестиционных проектов, конечно же, быть не может).

Одной из основных причин возникновения таких методов является неодинаковая ценность денежных средств во времени.

Практически это означает, что рубль сегодняшний считается нетождественным рублю через год. Дело даже не в инфляции, хотя эта причина и лежит на поверхности. Куда более фундаментальной причиной является то, что рубль, вложенный в любого рода коммерческие операции (включая и простое помещение его на депозит в банке), способен через год превратиться в большую сумму за счет полученного с его помощью дохода.

Значит, для оценки выгодности любой долгосрочной инвестиции (будь то строительство завода или помещение личных сбережений в банк) нельзя просто сложить денежные поступления разных лет и отнести их к сумме инвестиции. Вывод будет неверным, если доходы разных лет не будут выражены в деньгах одной и той же ценности:

Поэтому кабинет любого финансиста и бизнесмена вправе украшать следующий девиз:

Рубль, полученный сегодня, стоит больше, чем рубль,
который мы получим в будущем.

Процесс расчета будущей стоимости средств, инвестируемых сегодня, является одной из разновидностей особого типа финансовых расчетов, именуемых обычно *дисконтированием*. Впрочем, дисконтирование используется не только для расчета будущей стоимости инвестиций, сделанных сегодня, но и для определения сегодняшней ценности тех средств, которые мы получим в будущем.

Для осуществления такого расчета используется формула, которая является обратной по смыслу вышеприведенной формуле расчета будущей стоимости. Ее можно записать следующим образом:

$$PV = FV_n \times \frac{1}{(1 + K)^n}$$

Рассмотрим ситуацию, в которой оказывается инвестор, пожелавший купить, например, акции алюминиевого комбината.

На основе такого рода расчетов фирмы и определяют, сколько средств они готовы привлечь с рынка капитала при той или иной цене этих средств, т. е. той ставке процента, которую потребуют инвесторы за пользование их средствами.

Предложение на рынке капитала определяется, кроме собственно величины сбережений, еще и тем, на каких условиях фирмы хотят получить инвестиции. Наиболее значимыми из этих условий с позиции формирования предложения на рынке капитала являются:

- 1) **срок отвлечения средств;**
- 2) **риск инвестирования.**

Дело в том, что любое инвестирование предполагает отказ владельца сбережений на некоторое время от права свободно ими распоряжаться. В течение этого времени его сбережения должны находиться в распоряжении фирмы, привлечшей их в качестве денежного капитала.

Срок отвлечения средств — время, в течение которого инвестор не сможет свободно распоряжаться своими денежными средствами, так как они будут находиться в пользовании фирмы, получившей их для финансирования инвестиций.

Срок отвлечения средств может быть самым разным — в зависимости от того, на какие нужды фирма привлекает капитал. Но чем дольше владелец сбережений должен находиться «в разлуке» со своими деньгами, тем меньшую сумму он склонен будет инвестировать. На величину предложения влияет и то, насколько велик риск инвестирования.

Риск инвестирования — поддающаяся оценке вероятность потери инвестированных средств или неполучения по ним ожидавшегося дохода.

В мире бизнеса не существует абсолютно надежных и беспроигрышных проектов. Предугадать будущее с полной достоверностью невозможно, и потому всегда есть опасность, что коммерческий проект, в который были вложены ваши сбережения, не принесет дохода вообще или принесет доход меньший, чем ожидалось.

В самом худшем случае можно просто потерять все вложенные средства (именно это случилось с тысячами россиян, доверивших в 1993—1995 гг. свои сбережения разного рода сомнительным фирмам, сулившим сверхвысокую доходность инвестиций).

Рынок капитала согласовывает различные запросы фирм и интересы владельцев сбережений через цену капитала. Нежелание владельца сбережений расстаться со своими средствами можно преодолеть, если предложить ему более высокую плату. Так возникает зависимость между ценой капитала и сроком отвлечения средств (рис. 16.8).

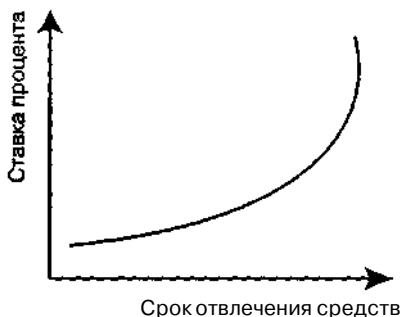


Рис. 16.8. Зависимость ставки процента за пользование привлеченными средствами от срока пользования ими

Эта зависимость проявляется, например, в том, что коммерческие банки по сберегательным вкладам на длительные сроки обычно бывают вынуждены устанавливать более высокие ставки процента. Иначе семьи не согласятся не трогать эти деньги столь долгое время. Но соответственно и банки, предоставляя деньги фирмам в качестве кредита на несколько лет, тоже вынуждены брать за это повышенную плату, иначе им не расплатиться с вкладчиками.

Точно так же рынок капитала устраняет противоречие между нежеланием владельцев сбережений рисковать и невозможностью фирм полностью исключить риск из своей деятельности.

Дело в том, что в душе любого владельца сбережений всегда борются два чувства: страх потерять накопленное и стремление получить от инвестирования сбережений как можно больший доход. Иными словами, страх инвестора можно победить, играя на его жадности (как пошутил один японский экономист: «Инвестор жаден, но труслив»). Поэтому на рынке капитала действует железное правило:

Чем выше риск инвестиций, тем больший доход
они должны обеспечивать

Иными словами, влияние уровня риска на цену капитала можно представить в виде следующей зависимости (рис. 16.9).



Рис. 16.9. Зависимость ставки процента за пользование привлеченными средствами от риска инвестирования

Реально отмеченные закономерности работы рынка капитала приводят к тому, что на нем возникает не единая цена капитала, а множество цен (диапазон ставок процента). Это происходит потому, что спросу, скажем, на долгосрочные инвестиции отвечает не предложение инвестиций вообще, а предложение только тех владельцев сбережений, которые готовы «заморозить» их на длительный срок. Во взаимодействии этого спроса и этого предложения и рождается ставка процента по долгосрочным инвестициям.

Несколько сгладить такую раздробленность рынка капитала удастся только **финансовым посредникам**, что и определяет их огромную роль в хозяйственной жизни любой страны.

Финансовый посредник — организация, которая оказывает услуги гражданам и фирмам, помогая первым с наибольшей выгодой разместить свои сбережения, а вторым — получить дополнительные денежные средства с минимальными усилиями.

В качестве финансовых посредников обычно выступают:

- 1) банки;
- 2) инвестиционные фонды;
- 3) паевые фонды;
- 4) страховые компании;
- 5) пенсионные фонды.

Все эти типы финансовых посредников существуют сегодня и в экономике России, хотя масштабы их операций пока еще очень малы. А, например, в США крупнейшим инвестором страны является как раз один из пенсионных фондов, а точнее, пенсионный фонд профсоюза учителей. В этом фонде накапливаются сбережения учителей, которые затем служат основой для выплаты им пенсий. И чтобы размер этих пен-

сий был побольше, пенсионный фонд вкладывает временно свободные денежные средства в ценные бумаги правительства США и наиболее надежных и прибыльных фирм страны. Выигрывают и фирмы — они получают инвестиции, и учителя — доход по ценным бумагам позволяет им в старости жить более обеспеченно.

Посчитаем — подумаем

Наиболее простым и очевидным примером справедливости этого утверждения является возрастание суммы, внесенной на сберегательный счет в банке.

Предположим, что мы внесли в банк 100 тыс. руб. под 10% годовых. В результате через год эта сумма (назовем ее текущей ценностью вклада — *present value*) превратится в новую — большую (будущая стоимость вклада — *future value*), которая составит:

$$FV_1 = 100 + (100 \times 0,10) = 100(1 + 0,10) = 110 \text{ тыс. руб.}$$

Если же предположить, что мы не будем изымать деньги из банка и оставим их там на второй год, то сумма нашего вклада после завершения этого двухлетнего периода составит уже:

$$FV_2 = [100(1 + 0,10)] \times (1 + 0,10) = 100 \times (1 + 0,10)^2 = 100 \times 1,21 = 121 \text{ тыс. руб.}$$

Такая логика роста суммы сбережений, известная как модель сложных процентов, в общем виде может быть записана следующим образом:

$$FV = PV(1 + k)^n.$$

Символ k здесь обозначает величину доходности наших инвестиций. В данном примере она равна ставке банковского процента по сберегательному вкладу, а в более общем случае — прибыльности инвестиций.

Символ n выражает число стандартных периодов времени, в течение которых наши инвестиции будут участвовать в коммерческом обороте, зарабатывая доходы.

Длительность таких периодов может быть самой различной — в зависимости от реалий хозяйственной жизни. Скажем, если условия размещения сберегательного вклада предусматривают начисление процентов лишь раз в году, то n будет означать год. Если же в условиях инфляции банки переходят к начислению процентов ежеквартально, то n становится равным трехмесячному периоду.

Основные выводы

1. Создание и развитие фирм требуют приобретения физического и невещественного капитала. Для этого фирмам необходим денежный капитал. Его они привлекают с рынка капитала. Продавцами на этом рын-

ке выступают владельцы сбережений, т. е. те семьи, которые имеют доходы, превышающие их потребности в расходах на текущие нужды, и склонны меньше потреблять сегодня, чтобы существенно увеличить свое потребление в будущем. Для достижения этих целей владельцы сбережений нуждаются в возможности так их использовать, чтобы они со временем не только не потеряли своей ценности, но и возросли в возможно большей мере. В решении этой задачи владельцам сбережений помогает рынок капитала, с помощью которого они дают свои сбережения во временное платное пользование коммерческим фирмам.

2. В состав рынка капитала входят разные сектора, различающиеся условиями купли-продажи денежного капитала. Важнейшими из них являются: кредитный рынок, рынок акций и рынок долговых обязательств фирм (прежде всего облигаций). Кроме того, на рынке капитала России большую роль играет государство, вкладывающее деньги в предприятия, чтобы поддержать их, предотвратить банкротство и помочь в развитии. На рынке капитала фирмы могут получить денежные средства разного характера: заемный капитал или собственный капитал. Заемные средства привлекаются фирмами на ограниченное время, а затем возвращаются владельцам вместе с платой за пользование ими. Собственный капитал поступает в распоряжение фирм на неограниченное время, а его предыдущие владельцы становятся сохозяевами фирм и получают в этом качестве право на часть их имущества и доходов. Основными средствами получения собственного капитала являются выпуск и продажа различного типа акций. Владельцы акций не могут вернуть их фирме-эмитенту, но вправе продать на рынке ценных бумаг — фондовом рынке. Цена акций на этом рынке определяется ожиданиями относительно доходов, которые фирма может заработать для своих владельцев в будущем.

3. Все сектора рынка капитала подчиняются одним и тем же закономерностям в формировании цены капитала. Эта цена определяется взаимодействием предложения капитала со стороны владельцев сбережений и спроса со стороны фирм, нуждающихся в средствах для инвестиций. Величина спроса здесь определяется ситуацией на рынках товаров, выпускаемых фирмами, а также прибыльностью, с которой фирмы могут использовать средства, привлеченные с рынка капитала. Такая оценка производится на основе дисконтирования, т. е. пересчета денежных сумм, затраченных или полученных в различные годы, к одному моменту времени. Это позволяет устранить искажающее влияние на расчеты изменения ценности денег со временем. Предложение капитала зависит от размеров сбережений, срока отвлечения средств и риска ин-

вестирования. Все эти факторы влияют как на размеры предложения, так и на цену, которую владельцы сбережений требуют от фирм за право пользования своими средствами. Как правило, чем выше риск инвестирования и дольше срок отвлечения средств, тем более высокой платы потребуют владельцы сбережений. Столкновение их желаний и возможностей фирм использовать капитал с такой ценой, не лишаясь экономической прибыли, формирует рыночную цену капитала.

Контрольные вопросы

1. Чем торгуют на рынке физического капитала?
2. Какое имущество может выступать в качестве объекта инвестиций для семей, желающих сохранить свои сбережения от инфляции?
3. Почему продажа товаров в рассрочку является мощным инструментом побуждения людей к труду?
4. Каковы основные составные части рынка капитала?
5. В чем сходство и различия между облигацией и привилегированной акцией?
6. Почему повышение уровня процентного дохода (процента) по сберегательным вкладам в банках обычно приводит к падению курсов акций, а снижение процента — к их росту?
7. Чем определяется цена денежного капитала?
8. Как влияет на цену капитала инфляция?
9. Чему будет равна сегодняшняя ценность суммы в 2 тыс. руб., которую вы получите через 2 года, если вы положили ее в банк под 60% годовых?

Вопросы для обсуждения

1. Чем покупка жилья в рассрочку выгодна банкам, дающим ссуды на такой длительный срок, и строительным компаниям, возводящим жилье?
2. Правительство России под давлением вкладчиков жульнических компаний (т. е. компаний, которые продавали гражданам липовые ценные бумаги, а потом просто исчезли) пошло на то, чтобы частично компенсировать понесенные ими потери. В чем заключаются плюсы и минусы такого решения?
3. Среди владельцев сбережений в любой стране всегда можно выделить две группы: «любители риска» и «беглецы от риска». Что происходило бы в стране, где все владельцы сбережений принадлежали бы только к одной или другой из этих групп?

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА

Банкир — это центральная фигура.
Он держит на своих плечах весь мир.

Герберт Н. Кэссон

В конце 1998 г. центральной темой разговоров в России был крах многих банков, из-за чего множество людей лишились полностью или частично своих сбережений. Почему возник этот крах, что было нарушено в нормальной организации деятельности отечественных банков?

Подробный ответ на этот вопрос — тема для специальной литературы. И все же многое можно понять, разобравшись хотя бы в основах банковского дела. Именно об этом мы и поведем разговор дальше.

§ 61. Причины появления и виды банков

Банки — весьма древнее экономическое изобретение. Считается, что первые банки возникли еще на Древнем Востоке в VII—VI вв. до н. э., когда уровень благосостояния людей позволил им делать сбережения при сохранении приемлемого уровня текущего потребления. Затем эстафету подхватила Древняя Греция. Здесь наиболее чтимые храмы стали принимать деньги на хранение на время войн, поскольку воюющие стороны считали недопустимым грабить святилища.

Но едва в хранилищах древних банков появились мешки с сокровищами, как в их сторону обратился взор местных предпринимателей — купцов и ремесленников. У них возник вполне резонный вопрос: а нельзя ли на время воспользоваться чужими сбережениями для расширения масштабов своих операций? Естественно, за плату!

Так пересеклись интересы двух важнейших участников экономики — владельца сбережений и коммерсанта, нуждающегося в капитале для расширения своей деятельности. Именно этому и обязаны банки своим рождением (рис. 17.1).

Развиваясь, банки все более расширяли ассортимент своих услуг. Сегодня круг банковских услуг чрезвычайно разнообразен, но практически все их можно отнести к одной из четырех главных категорий:

1) сбор сбережений граждан для организации выгодного вложения этих сбережений в коммерческую деятельность;

2) предоставление сбережений граждан во временное платное пользование коммерческим организациям;

3) помощь коммерческим организациям и гражданам в организации платежей за товары и услуги;

4) создание новых форм денег для ускорения и облегчения платежей за товары и услуги.



Рис. 17.1. Экономические интересы, которые привели к появлению банков

Сбор сбережений граждан для организации выгодного вложения этих сбережений в коммерческую деятельность. Банки выступают в роли коллективной «копилки» для граждан страны. Они собирают под свои гарантии те сбережения, которые иначе просто хранились бы у граждан дома или давались бы в долг под расписки (как это было в старину).

Но банки не просто «копилки» — они умеют заставить деньги расти и приносить доход владельцам сбережений. При этом собственникам сбережений даже не нужно самим заниматься коммерческим вложением своих средств — за них это сделают банкиры.

Предоставление сбережений граждан во временное платное пользование коммерческим организациям. Получение дохода для владельцев сбережений обеспечивается банками на основе очень простого (на первый взгляд) экономического механизма. Суть его состоит в том, что банки одалживают собранные сбережения гражданам государству и коммерческим фирмам, если тем не хватает денег для своей деятельности. Такое одалживание называется кредитованием (от лат. *creditum* — «ссуда, долг»).

Естественно, что одалживание осуществляется ради той платы, которая берется с заемщиков за пользование кредитом. Большая часть

этой платы уходит на выплаты вознаграждения — процентного дохода — владельцам сбережений. А часть — ее называют маржой (от англ. *margin* — «граница») — остается самим банкам и образует их доход. Следовательно, цена банковского кредита, с точки зрения заемщика, имеет следующую структуру (рис. 17.2):



Рис. 17.2. Структура цены кредита

Общество готово оплачивать через маржу затраты банков и их прибыль потому, что деятельность банков полезна. Эта польза связана с тем, что банки:

- 1) сокращают трансакционные затраты при кредитовании;
- 2) снижают риск одалживания денег.

Сокращение трансакционных затрат при кредитовании через банки достигается за счет того, что банки, во-первых, облегчают сбор необходимых заемщику сумм, а во-вторых, избавляют владельцев сбережений от необходимости самим следить за состоянием дел у заемщика и добиваться возврата денег при задержке уплаты долга.

Любой фирме несравненно легче и быстрее прийти один раз в банк и взять ссуду в 100 млн руб., чем найти 100 владельцев сбережений и уговорить каждого из них ссудить ей по 1 млн руб.

Владельцам сбережений тоже куда проще и легче иметь дело только с банком, где у них открыт сберегательный счет, чем, одолжив деньги напрямую коммерческим фирмам, тратить потом время и силы, чтобы следить за состоянием дел в этих фирмах (вдруг они близятся к банкротству и надо срочно требовать свои деньги назад, пока они не пропали окончательно). В банке таким наблюдением занимаются специально обученные сотрудники, которым куда легче разобраться в финансовой документации заемщиков, чем владельцам сбережений, которые этому никогда не учились.

Снижение риска одалживания денег при использовании услуг банков связано с тем, что оно позволяет реализовать главный принцип разумного финансового поведения:

Нельзя класть все яйца в одну корзину!

На языке экономистов это означает, что нельзя вкладывать все сбережения в одну форму инвестирования или в один банк.

Представьте, что у вас есть 1 млн руб. сбережений. Для человека это сумма немалая, а для фирмы — капля в море. И скорее всего, если вы захотите ссудить эти деньги под процент, фирма согласится вести переговоры лишь с суммы не меньше миллиона. И тогда все ваши сбережения уйдут лишь одному заемщику.

Но если дела у него пойдут плохо и он разорится, то все ваши сбережения пропадут полностью.

Напротив, в банке ваш миллион попадает в «общий котел сбережений», из которого черпаются средства для кредитования многих заемщиков. И это снижает риск одалживания денег.

В цивилизованном обществе владельцы сбережений согласятся предоставить их в долг только при подобном механизме «разделения рисков и потерь», т. е. лишь через банки. И потому заемщики вынуждены оплачивать услуги этих финансовых посредников.

Помощь коммерческим организациям и гражданам в организации платежей за товары и услуги. Мы уже знаем, что одной из главных основ экономики в мире является торговля, и соответственно уплата денег за приобретаемые товары — одна из самых массовых экономических операций. От того, насколько быстро и безопасно будут осуществляться такие платежи, зависит все состояние торговли и производства.

Уже очень давно банки стали посредничать в решении этой задачи. Они создали систему безналичных платежей, что значительно облегчило торговлю и дало мощный импульс всему экономическому прогрессу человечества. Сегодня без банковского обслуживания и безналичных расчетов торговля и любая иная форма легальной коммерческой деятельности просто не могли бы существовать (попробуйте, например, представить организацию торговой сделки между фирмами России и Австралии в мире, где нет банков и все расчеты идут только в наличных деньгах).

Создание новых форм денег для ускорения и облегчения платежей за товары и услуги. Решая задачу содействия ускорению расчетов за товары, банкиры в конце концов придумали собственные — банковские — деньги, т. е. особые средства обеспечения расчетов и платежей (о них

мы будем подробнее говорить дальше). Это изменило всю модель денежных расчетов в экономике и сделало возможности сбыта товаров еще более широкими.

Теперь мы можем дать полное определение того рода коммерческой фирмы, которая называется банком.

Банк — финансовый посредник, осуществляющий деятельность по: 1) приему депозитов; 2) предоставлению ссуд; 3) организации расчетов; 4) купле и продаже ценных бумаг.

За свою долгую историю банки прошли огромный путь развития и совершенствования. Итогом этого пути стало рождение множества форм банковских учреждений. При этом банковские системы различных стран нередко довольно существенно различаются по устройству. Общим, пожалуй, является лишь деление всех банков на две категории:

- 1) эмиссионные;
- 2) коммерческие.

II Эмиссионный банк — банк, обладающий правами на выпуск (эмиссию) национальных денежных единиц и регулирование денежного обращения в стране.

Наиболее общая модель современных национальных банковских систем развитых стран мира изображена на рис. 17.3.



Рис. 17.3. Структура современных национальных банковских систем

Как правило, эмиссионным является либо один (государственный, центральный) банк, либо несколько банков, выполняющих эту функцию от лица государства. В России эмиссионным является только Центральный банк России, принадлежащий государству. Эмиссионный банк не обслуживает частных лиц и фирмы. Он ведет дела только с государством и коммерческими банками (подробнее об этом мы будем говорить ниже, когда начнем знакомиться с деятельностью Центрального банка России).

Все остальные банки (как бы ни звучало их название) относятся к категории коммерческих и обслуживают граждан и фирмы. Они могут быть полностью частными, или государство может быть их совладельцем (например, Сберегательный банк России — частный акционерный коммерческий банк, но государству принадлежит большой пакет его акций).

При всем разнообразии типов банков все они занимаются кредитованием. Поэтому нам необходимо разобраться в том, какие правила регулируют кредитование и как оно помогает фирмам получать капитал для своей коммерческой деятельности.

Страницы экономической истории человечества «Деньги на стол!» — древнейший девиз банкиров

Призыв «Деньги на стол!» рожден вовсе не в игорных домах или мире грабителей. Он являлся основой организации работы самых первых из известных человечеству банков. Традиция работы контор по обмену денег (менял) и оказанию других банковских услуг в храмах родилась в глубокой древности, и все к этому привыкли. Недаром как нечто необычное вошло в священные книги христианства описание следующего поступка Иисуса Христа («Евангелие от Матфея», гл. 21): *«И вошел Иисус в храм Божий, и выгнал всех продающих и покупающих в храме, и опрокинул столы меновщиков и скамьи продающих голубей»*.

Действительно, еще в Древнем Вавилоне и Древней Греции объединения жрецов и храмов занимались банковскими операциями, удовлетворяя насущную потребность общества в надежном хранении денег и одалживании их для коммерческих сделок или на личные нужды. О том, насколько острой и общепризнанной была эта потребность, свидетельствует то, что хранилище денег в храме Аполлона (обслуживавшем европейскую часть Греции) считалось общенациональным святилищем и армия ни одного из вечно враждовавших греческих государств не сме- ла посягнуть на эти деньги.

Местом проведения операций по приему сбережений и обмену денежных знаков многочисленных древних государств был обычный стол, по-гречески «трапеза», что и дало имя банкирам того времени — трапези-

ты. Римских банкиров (менсариев) также именовали в честь стола, по-латыни называвшегося «менса». И наконец, то слово, которое пришло к нам («банкир»), своим происхождением обязано все тому же нехитрому предмету обихода, который в средневековой Италии именовался «банка».

Начав с обмена денег разных стран, хранения сбережений и предоставления ссуд, банки постепенно расширяли круг своих услуг, помогая прежде всего развитию торговли. О том, какую мощь банки приобрели уже в средневековой Европе, свидетельствует история семьи Медичи — банкирского дома из Флоренции.

Банк Медичи в XV в. стал одним из крупнейших в Европе, что позволило членам этой семьи на 300 лет стать правителями города-государства Флоренции и добиться титула герцогов. Впрочем, для обеспечения защиты своих экономических интересов Медичи не ограничились герцогством. Действуя по проверенной схеме, они сначала создали банк при престоле папы римского, а затем возвели на этот престол последовательно двух членов своей семьи.

Известны Медичи и как величайшие покровители искусства и науки: именно благодаря им Флоренция стала одним из прекраснейших городов мира. И это тоже имело экономические корни. Такой деятельностью Медичи как бы замаливали свои «банкирские грехи». Дело в том, что тогда банковский процент рассматривался церковью как... налог на время (в данном случае — время пользования заемными деньгами). А время, по мнению отцов церкви, есть дело Бога. Следовательно, банкиры наживаются на том, что принадлежит только Богу, и потому впадают в грех.

Сегодня банкирам, к счастью, не надо оправдываться за то, что они взимают процент с заемщиков (хотя в мусульманских странах это запрещено и по сей день и там банки обеспечивают свою выгоду иными способами — участием в будущих прибылях фирмы-заемщика). В результате банковские организации заняли центральное место в экономиках рыночного типа. Более того, ныне банки нередко называют «пятой властью» в любой стране (если считать, что первые четыре — это парламент, правительство, суд и пресса).

Посчитаем — подумаем

Представим, что перед нами отчет о деятельности банка следующего вида:

Владелец сберегательного	Сумма, (тыс. руб.)	Получатель вклада	Сумма кредита (тыс. руб.)	Примечание
Николаев	1 000	АО «Рось»	1 000	Кредит не возвращен
Роговцев	1 000	ТОО «Заря»	1 500	Кредит возвращен
Петров	1 000	АОЗТ «Север»	500	Кредит возвращен

Как мы видим, в этом банке было 3 вкладчика, и каждый внес по одному миллиону. Собранные средства банк выдал трем заемщикам, но неравными суммами. При этом один заемщик — АО «Рось» — разорился и кредит не вернул.

Значит ли это, что кто-то из владельцев сбережений потерял в результате всю накопленную и внесенную им в банк сумму своих сбережений? Ни в коем случае.

Как легко подсчитать, банк потерял $\frac{1}{3}$ предоставленных им кредитов. Соответственно, и каждый из его вкладчиков в худшем случае потеряет не более такой же доли внесенных им в банк средств, т. е. по 333 тыс. руб.

На деле, однако, современная банковская система пользуется методами, которые позволяют полностью устранить потери вкладчиков даже при невозврате кредитов заемщиками.

Страницы экономической истории человечества **Почему на Руси банкам жить нелегко**

Трудно представить, что частные коммерческие банки стали возникать в России лишь в начале XIX в. До этого 100 лет в стране существовала государственная монополия на выдачу кредита — одолжить деньги можно было только в императорских банках.

Лишь в 1809 г. в городе Слободском Вятской губернии купец К.А. Анфилов учредил вполне современный по своим принципам «Первый городской общественный Анфилова банк». И эта «провинциальная банковская революция» нашла широкий отклик в стране. Ее активно поддержал адмирал Николай Мордвинов — ив качестве члена Непременного совета, и как президент Императорского вольного экономического общества.

Но сдвинуть корабль банковской реформы с места адмиралу все же не удалось: слишком сильно Министерство финансов боялось появления конкурентов на рынке кредитных операций.

И лишь в начале 1860-х гг. ситуация начала меняться, когда:

1) нарастание железнодорожного строительства потребовало развития акционерных обществ и совершенствования их банковского обслуживания;

2) железные дороги оживили торговлю и привели к окончательной победе денежного, рыночного хозяйства над натуральным;

3) в стране образовались огромные сбережения (в 1860 г. их сумма была крупнейшей в мире — более 1 млрд руб.);

4) на пост министра финансов пришел сторонник коммерческих банков Михаил Рейтерн.

И в 1863 г. при поддержке Рейтерна и по инициативе управляющего Госбанком России Евгения Ламанского было учреждено Петербургское общество взаимного кредита (его здание существует в городе и по сей день).

С этого момента развитие частного коммерческого банковского дела пользовалось в стране постоянной поддержкой и было окружено заботой государства. Стоит указать в этой связи на то, что, стартовав в банковском деле на много веков позже европейских стран, Россия к концу 1870-х гг. уже опередила их в некоторых аспектах. Например, Российская империя на 50—60 лет опередила все промышленно развитые страны в деле создания банковского законодательства, приняв «Кредитный устав» — часть «Свода законов» страны. Основной целью уникальных по тому времени банковских законов России было «уменьшение пагубных последствий дурного ведения банковских операций», т. е. создание условий для повышения доверия к банкам со стороны населения. И все же бурного расцвета банков России пережить не довелось: за 1860—1914 гг. в стране было учреждено лишь 77 банков, тогда как в других странах их число измерялось сотнями, а в США — тысячами.

Возможно, что положение изменилось бы в дальнейшем, но этого нам знать не дано: в 1917 г. развитие частного банковского дела в стране было запрещено, а все банки были национализированы. В годы советской власти банки просто выполняли функцию государственной денежной кассы и работали на основе кредитного плана. В нем было жестко расписано: сколько денег каждое предприятие должно взять у обслуживающего его банка в кредит и на какие цели, а банку указывалось, сколько денег он в свою очередь должен выдать каждому обслуживаемому им предприятию и под какой процент.

А поскольку руководство коммунистической партии вообще считало товарно-денежные отношения «пережитком капитализма», который должен отмереть по мере продвижения к коммунизму, то и к банковскому делу (обслуживающему этот «пережиток») отношение было крайне пренебрежительным. Это привело к тому, что в СССР до конца 1990-х гг. вообще не было банковского законодательства. Первые законы о банках были приняты лишь в 1990 г.

С этого времени началось трудное возрождение российской системы частных коммерческих банков. Сегодня их в стране более 1,5 тыс., и это пока еще очень мало для такой огромной страны, как наша. И все же молодая банковская система России уже играет большую роль в экономике страны, хотя у нее масса проблем и недостатков.

§ 62. Принципы кредитования

Мы уже выяснили, что кредитование — это предоставление денежных средств во временное пользование и за плату. Но за этим простейшим определением скрывается море проблем, делающих работу банкира одной из сложнейших профессий в мире экономики. Кредитование регулируется массой правил и норм, но мы познакомимся здесь лишь с

важнейшими принципами кредитования и наиболее распространенными его формами.

Если сформулировать эти принципы предельно кратко, то они будут выглядеть следующим образом:

1. Срочность.
2. Платность.
3. Возвратность.
4. Гарантированность.

Срочность. Банк является собственником лишь той меньшей части имеющихся у него в распоряжении денег, которые были вложены в его создание учредителями, а затем накоплены самим банком за счет полученной им прибыли.

Но кроме собственных средств, банки используют для кредитования и средства, переданные им на хранение вкладчиками. Например, в 1995 г. у большинства самых крупных и надежных российских банков доля собственных средств в общей сумме «работающих» средств составляла, как правило, лишь 13—26%.

Таким образом, основным источником средств для кредитования являются **депозиты** вкладчиков.

Депозиты — все виды денежных средств, переданные их владельцами на временное хранение в банк с предоставлением ему права использовать эти деньги для **кредитования**.

Различают:

- 1) *депозиты до востребования (текущие счета)* — это вклады, с которых вкладчик может изъять деньги в любой момент, и
- 2) *срочные депозиты* — это вклады, с которых владелец обязуется не брать деньги до истечения определенного срока.

Соответственно банк может вкладывать полученные им в распоряжение деньги тоже только на некоторый срок — не больший, чем ему разрешил пользоваться этими деньгами вкладчик. Поэтому кредиты всегда выдаются на строго определенный срок. Если должник не возвращает деньги к установленной в кредитном договоре дате, то банк либо взыскивает с него деньги через суд, либо начинает брать штраф за просрочку погашения кредита.

Кредитный договор — соглашение между банком и тем, кто одалживает у него деньги (заемщиком), определяющее обязанности и права каждой из сторон, и прежде всего: срок предоставления кредита, плату за пользование им и гарантии **возврата денег** банку.

Платность. Конечно, люди издавна пользовались услугами банков и для надежного хранения денег. Недаром, например, слово «сейф», ставшее давно международным и обозначающее «металлический шкаф для хранения ценностей в банках», в английском языке, откуда оно пришло, имеет еще и значение «безопасный, надежный». Но все же большая часть вкладчиков банков всегда была того же мнения, что и один из героев Шекспира:

*Зарытый клад ржавеет и гниет,
Лишь в обороте золото растет!*

Поэтому банки предоставляют деньги во временное пользование только за плату, называемую процентом за кредит. Устанавливается эта плата обычно в процентах к сумме кредита и в расчете на год использования заемных средств.

Это означает, что если вы берете у банка 10 млн руб. на полгода под 50% годовых, то возвращать вам придется:

$$10 \text{ млн руб.} \times (1 + 0,5 : 2) = 10 \times 1,25 = 12,5 \text{ млн руб.}$$

Иными словами, плата банку за пользование кредитом составит 2,5 млн руб.

Размер процента за кредит определяется общими закономерностями функционирования рынка капитала, с которыми мы уже ознакомились. Поэтому напомним лишь, что за ссуды на большие сроки ставки процента устанавливаются более высокие: ведь такие ссуды надо обеспечивать срочными депозитами соответствующей длительности. Между тем по срочным депозитам на длительные сроки вкладчики требуют более высокий процент своего дохода, и банкам приходится на это соглашаться, чтобы получить средства.

Например, осенью 2001 г. Импэксбанк обещал россиянам, готовым положить в этот банк деньги на 31 день, доходность (в расчете на год) на уровне 10%. По вкладам на 61 день доходность гарантировалась на уровне уже 12% годовых, по трехмесячным вкладам — на уровне 15%, по вкладам на 6 месяцев — 17%, на 9 месяцев — 18% и по вкладу на полный год — на уровне 19% годовых.

Естественно, что эту повышенную стоимость привлеченных ими долгосрочных средств все банки «перекладывают» на заемщиков (добавляя, как мы уже выяснили выше, еще надбавку — маржу — для формирования собственного дохода). Так, той же осенью 2001 г. Импэксбанк готов был предоставить кредит заемщикам на следующих условиях:

- до 14 рабочих дней — под 27-32% годовых;
- до 30 рабочих дней — под 31—35% годовых;
- до 90 рабочих дней — под 32—36% годовых;
- до 180 рабочих дней — под 33-37% годовых.

Возвратность. Этот принцип кредитования несложен: кредит предоставляется в пользование на срок и должен быть возвращен вовремя. Но для самого банка соблюдение этого принципа предполагает проведение очень кропотливой работы по оценке заемщиков, а точнее, по оценке их **кредитоспособности**.

Кредитоспособность — наличие у заемщика готовности и возможности вовремя выполнить свои обязательства по кредитному договору, т. е. вернуть основную сумму займа и выплатить проценты по нему.

Чтобы оценить кредитоспособность заемщиков, банки проводят специальный анализ экономической информации об их материальном положении или коммерческих операциях. Например, известное американское агентство «Dan & Bradstreet» собирает для кредиторов информацию о коммерческих фирмах-заемщиках по многим сотням параметров, вплоть до конфиденциальных сведений о дурных привычках и темных пятнах в биографии руководителей этих фирм. Кстати, делается это в рамках закона, и каждый заинтересованный может затребовать ту информацию, которую сообщает о нем агентство, и, если она неверна, опротестовать ее через суд.

Гарантированность. Банки отдают в долг, как мы убедились, преимущественно чужие деньги, доверенные им вкладчиками. Чтобы защитить эти деньги от потерь, банки, наряду с анализом кредитоспособности заемщика, давным-давно придумали еще один способ подстраховки. Они стали требовать с заемщика доказательств наличия у него собственности, которая может быть продана, чтобы обеспечить возврат кредита, или даже передачи им такого обеспечения в залог.

Залог — собственность заемщика, которую он передает под контроль или в распоряжение банка, разрешая ее продать, если он сам не сможет вернуть долг.

Например, коммерческая фирма берет в банке ссуду, чтобы купить товары для своего магазина. В этом случае банк вправе потребовать, чтобы эти товары были оформлены как залог по ссуде и даже переданы под контроль его служащим. И если фирма не в состоянии вовремя погасить долг, банк может забрать у нее эти товары и самостоятельно их продать для покрытия своих потерь из-за неплатежеспособности заемщика. При этом кредит всегда дается на сумму меньшую, чем можно выручить при продаже залога: а вдруг товары будут продаваться плохо и придется снижать на них цены?

Так гласит закон

Использование залога в России регулируется специальным законом **«О залоге»**, вступившим в силу в мае 1992 г. Этот закон устанавливает, что:

- залог может использоваться для защиты интересов одного из партнеров в коммерческих операциях самого разного типа (предоставление ссуд, купля-продажа, перевозка грузов и т. д.);
- предметом залога могут быть вещи, ценные бумаги, права на какое-либо имущество;
- заложенное имущество может оставаться у залогодателя (владельца этого имущества) или передаваться во владение залогодержателя (того, чьи интересы страхует залог), в последнем случае залог называется залогом;
- гражданин может сдать принадлежащую ему квартиру в залог;
- по согласию сторон договора предмет залога (заложенное имущество) может быть заменен;
- заложенное имущество может быть перезаложено, но об этом должны быть проинформированы те, кому имущество перезакладывается.

§ 63. Банки и структура денежной массы

Еще в древности все виды наличных денег были признаны крайне неудобными при поездках на длительные расстояния. Когда на дорогах бесчинствуют грабители, замена мешков с золотыми монетами банкнотами ничуть не улучшает ситуацию. Многие состоятельные люди издавна мечтали иметь деньги, которыми не мог бы воспользоваться никто, кроме их законного владельца.

Такие «персональные деньги» действительно были изобретены, и сделали это как раз банкиры.

Для начала они придумали вексель — древнейшую форму банковских денег. Археологи обнаружили, что эти денежные документы использовались купцами и банкирами еще в Древнем Вавилоне, т. е. за 20 веков до нашей эры!

Вексель — это безусловное обязательство одного лица другому уплатить фиксированную сумму денег в определенный момент времени.

Безусловность векселя принципиально отличает его от обычной расписки. В ней, как правило, указывается, в силу каких причин или при каких условиях будет произведен платеж. В векселе же обстоятельства,

по которым векселедатель обязуется уплатить указанную в нем сумму держателю векселя, не указываются. Более того, в отличие от долговой расписки, закон разрешает держателю векселя использовать его (не дожидаясь наступления срока оплаты) как средство платежа третьему лицу, т. е. именно как деньги.

Чтобы смысл векселя был более понятен, представим себе, что купец из Древнего Вавилона собрался за покупками в Древний Египет.

Конечно, он может погрузить мешки с золотыми монетами для оплаты покупок на верблюдов, взять вооруженную охрану и пуститься в путь через пески, вознося молитвы великому богу Мардуку о том, чтобы тот уберег его от нападений грабителей. Но есть и другой, более безопасный способ.

Он состоит в том, что купец вносит сумму, которую он собирается потратить на покупки товаров в Египте, в местный вавилонский банк. А хозяин этого банка выписывает своему клиенту-купцу вексель на эту сумму (за вычетом, конечно, некоторого вознаграждения в свою пользу). Иными словами, он обязуется выплатить предъявителю этого векселя при определенных условиях, оговоренных банкиром и купцом, всю сумму, внесенную купцом ранее в банк.

Теперь купец может спокойно пускаться в далекий путь. Если грабители нападут на него и найдут вексель, они не смогут получить по нему деньги, потому что для этого им надо знать все секретные условия, по которым вавилонский банкир признает в них законных держателей векселя. Таким образом, вексель стал поистине персональными деньгами нашего купца.

Купец из Вавилона может расплатиться этим векселем в чужой стране за купленный товар, а возьмет такой вексель тот, кто сам собирается за покупками в Вавилон.

Получение от вавилонского купца этого векселя, переоформленного определенным образом на имя нового хозяина, позволяет теперь уже египетскому купцу отправиться в Вавилон без тюков с золотыми монетами. Вексель заменит ему наличные деньги: он предъявит его на месте в банк и получит местные денежные средства для покупки товаров. А можно просто перевести (передать в собственность) вексель на следующего владельца — вавилонского продавца нужных египтянину товаров.

Итак, уже два купца, причем из разных стран, получили в нашем примере возможность осуществить сделки, не используя наличные деньги. Они расплачивались с помощью векселя, который сыграл роль банковских денег.

Однако и это не последний шаг в борьбе с недостатками наличных денег. Действительно, наш вавилонянин может столкнуться в Египте с определенными сложностями.

Во-первых, ему может потребоваться покупать товары у разных продавцов, и суммы платежей будут меньше общей суммы имеющегося у него векселя. А вексель — не наличные деньги, его на части не разрежешь и не разменяешь на «векселечки» меньшей стоимости.

Во-вторых, у него могут не принять вексель в оплату за товары, если египетские продавцы, у которых он хочет купить эти товары, не собираются сами отправляться в Вавилон за покупками.

В этой ситуации банкиры вновь пришли на помощь купцам, придумав чек.

Чек — денежный документ, содержащий письменное поручение чекодателя другому лицу (плательщику) выплатить некоторую сумму тому, на кого выписан чек, за счет денег, ранее переданных чекодателем в распоряжение плательщика.

Чтобы понять суть операций с чеками, вернемся опять к нашему примеру с вавилонским купцом.

Столкнувшись с некоторыми трудностями при использовании векселя, этот купец приходит в египетский банк и спрашивает, не могут ли ему там помочь.

«Конечно, — отвечает ему египетский банкир. — Я готов купить у вас этот вексель. Естественно, не за полную сумму, а со скидкой — ведь я должен и сам получить доход с этой сделки. Я уплачу вам за вексель египетские деньги, а сам потом продам его (по полной, конечно, стоимости) египетскому купцу, который собирается за товаром в Вавилон».

Но, скорее всего, египетский банкир сразу предложил вавилонскому гостю еще одну услугу:

«Наши египетские воры ничуть не менее ловки, чем воры в Вавилоне, и стоит ли искушать судьбу, отправляясь на базар с мешком наличных денег? Не лучше ли будет, если я вам просто открою у себя в банке чековый счет, выдам чековую книжку и вы будете платить за свои покупки чеками из нее? На какую сумму вам нужно, на такую и выпишите чек.

А если кто и украдет у вас эту чековую книжку — вы не пострадаете. Ведь я буду выплачивать ваши деньги только тому, кто предъявит чек с вашей личной печатью. Оставьте у меня ее образец и можете больше ни о чем не тревожиться!»

Не исключено, что именно так и выглядела в старину реклама важнейшей банковской услуги — открытия чекового счета.

Чек — форма хранения денег в банке, позволяющая владельцу счета выписывать в оплату за покупки чеки на свой банк, который и производит оплату, снимая деньги с такого счета.

Итак, вексель не только заменил наличные деньги, но и трансформировался в чек — еще один вид банковских денежных средств. Особенно четко роль чека как заменителя наличных денег проявится в случае, если египетские купцы, получившие чеки от вавилонянина, не предъявят их сразу к оплате в банк, а будут использовать их в расчетах между собой. При этом на обороте чека делаются передаточные надписи — индоссаменты. Банку, открывшему вавилонянину чек, все равно, кому выплачивать деньги.

Внедрение векселей и чеков в коммерческую практику Европы произошло в XIV—XVI вв. При этом распространению таких заменителей денег порой способствовали крайне драматичные исторические события. Например, в 1640 г. английский король Карл I захватил для собственного пользования слитки ценных металлов, которые купцы Лондона поместили в замок Тауэр — королевское хранилище. И хотя король потом вернул захваченное, но доверие к королевским хранилищам уже было подорвано.

В поисках нового места для безопасного хранения своих сокровищ купцы обратились к золотых дел мастерам, и те приняли у них золото на хранение, выдав для пользования в расчетах векселя на соответствующие суммы. Эти векселя стали циркулировать на рынке как заменители обеспечивавшего их денежного товара — золота.

Так или почти так в большинстве стран мира сформировалась система безналичных денежных расчетов — важнейший элемент современной банковской деятельности. Не везде толчком была бесцеремонность монархов, оказавшихся ненадежными хранителями ценностей граждан. Но результат прогресса в развитии экономических механизмов всюду оказался один и тот же — банки научились создавать собственные деньги. Это раздвинуло рамки денежного мира и сделало его более удобным для деловых людей и простых граждан.

Вторгшись в древний мир наличных денег, чеки закрепились там навсегда, став неотъемлемой частью любого нормально организованного денежного хозяйства. Например, в США за один 1987 г. только гражданами было выписано 26 млрд чеков, т. е. более 100 чеков на каждого жителя страны. Кроме того, еще 21 млрд чеков был выписан государственными, коммерческими и общественными организациями. Это и неудивительно, потому что в американских банках на чековых вкладах лежит денег в 2,7 раза больше, чем в стране обращается наличных денег.

Завершая разговор о чеках, обратим внимание на то, что чековые вклады банкиры обычно называют бессрчными, или текущими. Ведь внесенные на эти счета деньги могут быть вкладчиком изъяты (сняты со счета) в любой момент. Поэтому чеки (наряду с наличными деньгами) считаются самыми ликвидными видами денежных средств.

Эта ликвидность достигается за счет того, что в странах с развитой банковской системой работа с чеками отлажена в высочайшей степени и все операции с чеком завершаются в течение двух-трех дней. Хотя, конечно, это несколько больше, чем при использовании наличных.

С другой стороны, если вам нужно заплатить большую сумму денег человеку из другого города, то и с наличными это будет не быстрее, чем с чеком: деньги надо будет отправлять по телеграфу или по почте либо самому везти в другой город. Чек же путешествует скоростной почтой и может быть выписан на любую сумму (уже упоминавшийся нами Ли Якокка однажды выписал в погашение долгов корпорации «Крайслер» чек на сумму 813 487 500 долл.!).

Теперь мы можем расширить представление о современной структуре денежной массы в развитых странах мира, с которой мы познакомились выше.

Наиболее полная картина будет выглядеть так (рис. 17.4):

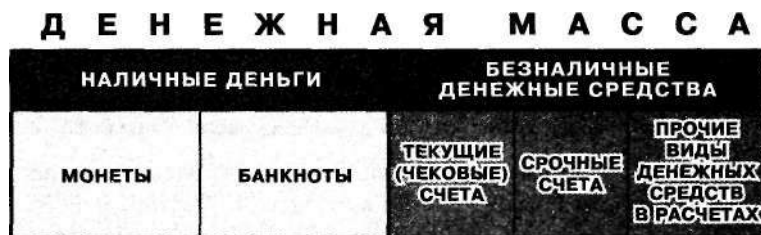


Рис. 17.4. Структура денежной массы по видам денежных средств

Изучение данных о структуре денежной массы может дать довольно точное представление:

1) о доверии граждан и фирм к банкам своей страны (чем оно выше, тем большую часть своих денег они хранят в банковской системе в безналичной форме);

2) о степени развитости в стране криминальной и «теневой» экономики (чем больше они развиты, тем большая часть денег обращается в наличной форме, поскольку так их легче укрывать от органов правоохранки и налоговых служб);

3) о мере уверенности граждан страны в стабильности ее экономического курса и благоприятности перспектив развития (чем эта уверенность выше, тем большую часть своих сбережений граждане решатся хранить на более выгодных, но и более длительно «замороженных» срочных счетах).

Как с этих позиций оценить изменение ситуации в денежном хозяйстве России за последние годы? Ответ можно найти, проанализировав рис. 17.5.

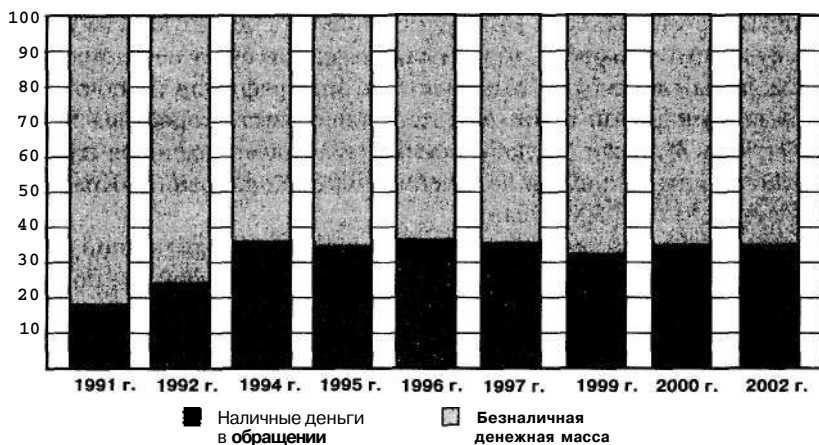


Рис. 17.5. Изменение соотношения между наличными и безналичными денежными средствами в составе денежной массы России (в %)

Как мы видим, в первой половине 90-х годов доля наличных денег в составе денежной массы России заметно выросла: с 18% в 1991 г. до 35–36% в 1993–1994 гг. Это вполне соответствует данным Госкомстата страны о росте в экономике объема «теневого» сектора: на его долю сейчас, даже по самым скромным оценкам, приходится более 1/5 всего валового внутреннего продукта страны. И пока такое ненормальное положение сохраняется, наличные деньги будут по-прежнему играть в экономике нашей страны непомерно большую роль, а значение безналичного обращения и соответственно банков будет принижено.

Так гласит закон

В России использование чеков регулируется Положением о чеках, принятым Верховным Советом и вступившим в действие с 1 марта 1992 г.

Этот документ, возвращающий чеки в широкое использование в российской экономике, устанавливает, что:

1) чек может быть выписан на банк (плательщика), в котором выписавший чек (чекодатель) имеет деньги, при условии, что этими деньгами он может распоряжаться с помощью чеков (бывают разные условия хранения денег в банке);

2) чек может быть выписан как на конкретного чекодателя, так и без указания его имени (или названия). Такой чек считается чеком на предъявителя, т. е. деньги по нему может получить любой, кто предъявит этот чек в тот банк, на который этот чек выписан;

3) если на чеке цифрами и словами написаны разные суммы, то оплата производится по сумме, написанной словами;

4) допускается передача чека его держателем другому лицу. Сделано это может быть либо путем простого вручения, если это чек на предъявителя, либо путем указания на обороте чека имени того, кому он передается. Такая надпись называется индоссаментом, и в ней нельзя устанавливать никаких условий владения чеком;

5) если владелец чека, передавая его, написал в индоссаменте «без оборота на меня» (такая оговорка разрешается), то он не отвечает в случае, если банк откажется оплатить этот чек. Если же такой оговорки не сделано, то бывший владелец чека обязан выплатить тому, у кого чек не был принят к оплате банком, проставленную в этом чеке сумму. Правда, эту ответственность он делит с тем, кто выписал чек первым;

6) чек должен быть оплачен банком в течение 10 дней;

7) банк, выплачивая деньги по чеку, может потребовать, чтобы получатель (чекодатель) написал расписку в получении денег (такая расписка допускается и на обороте самого чека — это называется «индоссирование чека»).

§ 64. Как банки создают деньги

И все же, если бы банки занимались только организацией денежных расчетов, хранением сбережений и предоставлением ссуд, они бы не играли той ключевой роли, которая принадлежит им в современной экономике.

Добиться этого они смогли благодаря тому, что научились со временем... создавать деньги.

Нет, речь идет не о техническом процессе изготовления банкнот или бланков векселей и чеков — в нем-то как раз нет ничего сложного! Речь идет о том, как банкам удастся законным образом, не печатая денег, увеличивать денежную массу.

Рассмотрим один пример. Представим себе, что в стране есть только один банк и у него 10 млн руб. собственного (уставного) капитала, да еще на 100 млн руб. вкладов граждан и коммерческих фирм. Вклады эти — и текущие, и срочные, но банк должен быть готов в любое время вернуть эти 100 млн руб. их хозяевам, чтобы не оказаться банкротом. Иными словами, в сейфах банка лежат 110 млн руб. в виде наличных денег, а у вкладчиков банка на руках выписанные им свидетельства о приеме 100 млн руб. на хранение. Эти свидетельства дают гражданам право получить свои вклады обратно в любой момент.

Спрашивается: какую сумму кредитов может выдать этот банк?

На первый взгляд — не более 10 млн руб., т. е. те деньги, которые внесли в его уставный фонд учредители. Ведь все остальные деньги банк должен быть всегда готов вернуть их полноправным владельцам. В такой ситуации банк превращается в нечто вроде коллективного «деньгохранилища», а его задачи сводятся лишь к тому, чтобы обеспечить надежную охрану доверенных ему ценностей от воров, пожаров и наводнений. В лучшем случае он может выдавать очень краткосрочные кредиты — на сутки, чтобы всегда иметь возможность выполнить обязательства перед вкладчиками. Первые европейские банкиры — ювелиры, хранившие золото купцов, — именно так и начали свою банковскую деятельность — с кредитов «до утра» (такие кредитные сделки существуют по сей день и по-английски так и называются *overnight* — «до следующего утра»).

Но в любом случае объем выдачи кредитов ограничен той суммой, которую, в дополнение к уставному капиталу, удалось привлечь во вклады. А нельзя ли выдать кредитов на сумму еще большую?

Рассмотрим эту проблему в двух аспектах:

- 1) при каких условиях возможно выдать кредитов на сумму большую, чем реально внесли в банк его клиенты;
- 2) допустимо ли экономически выдать кредитов на сумму большую, чем реально внесли в банк его клиенты?

Ответ на первый вопрос был дан самой повседневной деятельностью банкиров.

Осуществляя эту деятельность, банкир замечает, что *большая часть денег, внесенных даже на счета до востребования, подолгу лежит без движения*.

Конечно, каждый день в банк приходят клиенты, которые берут деньги со своих счетов. Но они чередуются с клиентами, которые, наоборот, приносят деньги в банк. И если в стране общая ситуация спокойная, то, как правило, задень люди приносят денег даже больше, чем

берут. Ведь редко кто кладет деньги в банк, чтобы на следующее утро снова их забрать.

Получается, что сейфы банкира полны наличных денег, лежащих мертвым грузом. В то же время каждый день в дверь банка стучатся предприниматели, которым нужны деньги для развития коммерции и которые готовы хорошо заплатить за кредиты.

Эта странная ситуация заставляет банкира сесть за математические расчеты. Он начинает подсчитывать, сколько в среднем нужно реально держать наличных денег в своих сейфах, чтобы ни один клиент, пришедший снять деньги со счета, не получил отказа.

Расчеты показывают, что избежать конфликтов с вкладчиками (т. е. быть платежеспособным) банк может и в том случае, если будет держать в сейфах — как резерв — лишь небольшую часть наличных денег, которые ему принесли вкладчики. Остальные деньги можно смело пускать в оборот, предоставляя кредиты. Так рождается система частичных резервов.

**| Частичные резервы — доля внесенных в банк депозитов, которую он обязан
II резервировать в качестве гарантии выполнения обязательств перед вкладчиками.**

Экономическая история многих стран хранит свидетельства событий, которые привели к осознанию возможности выпускать в обращение банковские деньги на сумму большую, чем было наличности в кладовых банков, т. е. к отказу от обязательного равенства сумм бумажных денег и золотых резервов.

Например, когда в 1672 г., во время войны Голландии с Францией, вражеские войска вплотную подошли к Амстердаму, хозяева Амстердамского банка решили вернуть своим клиентам вклады и вынули из кладовых все золото — монеты и слитки. Вот тогда и обнаружилось, что на некоторых монетах остались следы пожара, случившегося в банке за 50 лет до этого.

Сопоставив факт неподвижности золотых запасов в кладовых с тем, что банковские билеты были выписаны на всю их стоимость, амстердамские банкиры поняли: банковские деньги реально обращаются без всякого отношения к банковской наличности. Следовательно, без особого риска можно было выпустить эти банкноты, и на сумму большую, чем стоимость золотого обеспечения.

Это открытие немедленно подтолкнуло голландских банкиров к соответствующим действиям, что стало основой для быстрого излечения страной ран, нанесенных войной. Подобный опыт не остался незамеченным в Европе, и в 1694 г. был основан Английский банк, который принял голландскую модель кредитной эмиссии на вооружение.

Кредитная эмиссия — увеличение банком денежной массы страны за счет создания новых депозитов для тех клиентов, которые получили от него ссуды.

Таким образом, основой кредитной эмиссии стало осознание банками того факта, что избыточные резервы необязательно хранить в своих сейфах. Их можно превращать в деньги, всего лишь договорившись с заемщиками о том, что они теперь могут брать из банка деньги точно так же, как те граждане и фирмы, которые некогда действительно внесли свои сбережения в этот банк. Иными словами, *избыточные резервы* банк сам превращает для своих заемщиков в депозиты.

За счет этих созданных самим банком депозитов можно покупать блага, как и за счет наличных денег. Достаточно лишь дать банку указание оплатить эти блага полученным кредитом. А раз банковские депозиты заемщиков пригодны для оплаты покупок, то они экономически ничем не отличаются от наличных денег. Так банки и начинают создавать кредитные деньги — полноправный элемент общей денежной массы страны.

Таким образом, в любом современном банке существуют депозиты двух видов (рис. 17.6):

- 1) внесенные владельцами сбережений;
- 2) созданные банком при предоставлении кредитов и имеющие своей основой избыточные резервы.

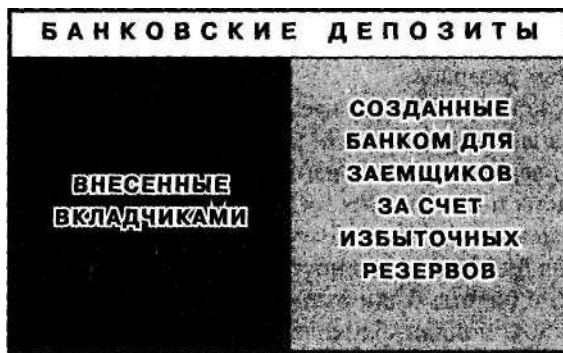


Рис. 17.6. Структура общей массы банковских депозитов

Очевидно, что механизм кредитной эмиссии все же не лишен риска.

Поэтому одному банку «играть» в систему кредитования на основе резервирования лишь части реально полученных вкладов довольно опасно. Хотя опасность одновременного прихода вкладчиков за суммой большей, чем хранящиеся в его сейфах резервы, невелика, но она существует, а значит, есть и угроза банкротства, если этих резервов не хватит.

Решением этой проблемы, рожденным после ряда банковских кризисов, стало создание общенациональных систем частичных банковских резервов, или проще — резервной банковской системы. Ее принципы лежат в основе устройства банковской сферы многих стран мира, в том числе и таких крупных, как Россия и США.

Эта система основана на централизации части денежных средств всех коммерческих банков в специальных (резервных) фондах. Распоряжается ими главный (центральный) банк страны. Он определяет и величину норм обязательных **резервных требований (отчислений)**.

Резервные требования — устанавливаемая центральным банком страны обязательная **пропорция** резервирования части внесенных в банк депозитов.

Резервное требование устанавливается в процентах к общей сумме денег, находящихся в банке на счетах разных типов. Например, в 2000—2001 гг. Центральный банк России требовал от коммерческих банков страны отчислять в резервные фонды 10% средств вкладчиков в иностранной валюте и 7% вкладов в рублях.

Резервные фонды в любой момент могут быть использованы любым банком страны для ликвидации неожиданно большой нужды в деньгах для выплат клиентам.

Денежные средства для ликвидации экстремальной ситуации одалживает центральный банк страны. Поэтому он становится как бы **банком банков**.

Как работает резервная банковская система, обеспечивая кредитную эмиссию, показано на рис. 17.7. На рисунке видно, как растет в результате кредитной эмиссии денежная масса в стране, где норма резервных требований установлена на уровне, скажем, 20%.

Банк № 1 получил от клиента № 1 в качестве депозита 1 млн руб. наличных денег и отчислил 200 тыс. руб. в качестве обязательных резервов центральному банку страны. Оставшиеся 800 тыс. руб. для банка № 1 — избыточные резервы. И он немедленно создал из них депозит на эту сумму и за счет нее выдал кредит клиенту № 2. В итоге первоначально внесенная в банк сумма в 1 млн руб. превратилась уже в 1,8 млн руб.

Это именно так, поскольку клиент № 1 может потратить на свои нужды весь внесенный им миллион, — банк ему это гарантирует.

Но и клиент № 2 может тратить на свои цели полученные им 800 тыс. руб. кредита тоже без особых тревог (даже не задумываясь о существовании и денежных намерениях неведомого ему клиента № 1). Банк гарантирует, что все эти 800 тыс. руб. находятся в полном распоряжении заемщика.

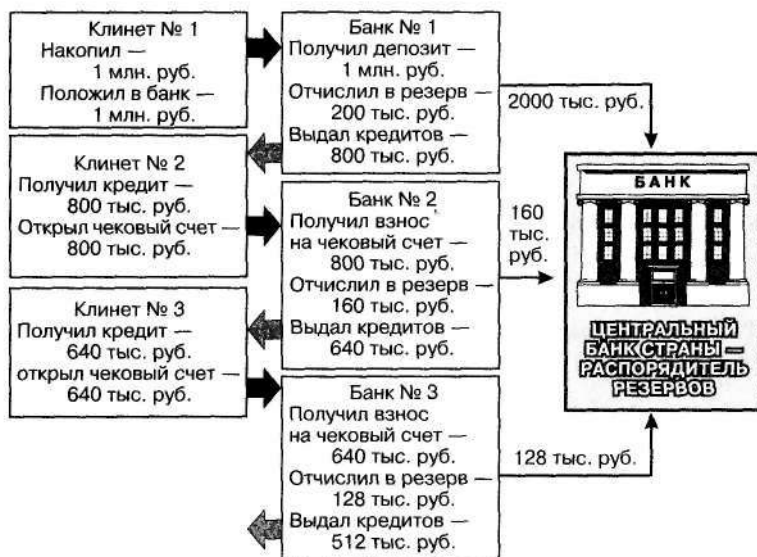


Рис. 17.7. Деятельность национальной резервной банковской системы

Поскольку клиент № 1 на всю полученную сумму кредита открыл чековый счет в банке № 2, этот банк получил депозит на 800 тыс. руб., из которых он отчислил в национальную резервную систему 160 тыс. руб. А избыточные резервы в сумме 640 тыс. руб. тут же превратил в депозит для своего заемщика — клиента № 3. Итого денежная масса после прохождения через два банка возросла с 1 млн руб. исходного депозита до 3,24 млн руб. ($1,0 + 0,8 + 0,8 + 0,64$). Кроме того, еще 360 тыс. руб. находятся в центральном банке страны как резервы.

И так будет продолжаться при все убывающих суммах вновь внесенных депозитов, отчисленных резервов и выданных кредитов, пока сумма, которую можно выдать в качестве кредита за счет избыточных резервов, не сравняется с нулем.

В итоге общая сумма денег, которой могут распоряжаться клиенты банков, возрастет в пропорции, называемой **депозитным мультипликатором** (от англ. *multiply* — «умножать») и определяемой по следующей простейшей формуле:

Депозитный
мультипликатор

1 руб. избыточных резервов
Норма резервных требований

Депозитный мультипликатор — показатель масштаба предельно допустимого увеличения величины банковских депозитов при росте избыточных резервов на 1 руб.

В нашей стране банковская система стала резервной с 1990 г. после принятия законов «О Центральном банке» и «О банках и банковской деятельности».

У резервной системы есть несколько чрезвычайно полезных свойств.

Во-первых, она помогает организовывать расчеты между банками. Теперь не нужно перевозить деньги физически из банка в банк в виде мешков с банкнотами и разменной монетой. «Переброска» денег производится лишь путем изменения записей о величинах резервных фондов того или иного банка, хранящихся в центральном банке страны.

Во-вторых, она повышает надежность банковской системы страны в целом. Коммерческий банк, попавший в трудную ситуацию из-за нестандартно высокого объема денег, который его клиенты хотели бы снять со своих счетов, может одолжить деньги у центрального банка.

Из-за этого центральный банк называют иногда «кредитором последней инстанции». Ведь он принимает на себя такую функцию только в самом крайнем случае, используя для поддержки попавшего в трудную ситуацию банка общенациональные резервные фонды.

Именно так действовал, например, Центральный банк России в 1995 г., когда в стране разразился тяжелый банковский кризис. Он был вызван крахом нескольких крупных банков, которые не смогли вернуть кредиты, взятые ими у других банков. В стране возникла угроза цепного банкротства банков — подобно тому, как падают поставленные в ряд костяшки домино, если толкнуть крайнюю из них (в экономике это называется «кризис по принципу домино»).

Тогда Центральный банк России из находящихся в его распоряжении резервных фондов выдал нескольким банкам кредиты на восстановление платежеспособности в сумме 300 млрд руб., а также купил у банков принадлежавшие им государственные ценные бумаги на сумму 600 млрд руб. (соответственно эта сумма также пополнила кассы находившихся в беде банков). Аналогичным образом действовал Центральный банк России и в 1998 г., когда отказ государства платить по ГКО вызвал банкротство ряда крупнейших банков страны.

Таким образом, резервная система снижает угрозу неплатежеспособности банков и позволяет им более спокойно пользоваться механизмом кредитной эмиссии.

В-третьих, резервная система дает возможность через изменение размера денежной массы управлять всей экономической жизнью страны. Но это уже сфера деятельности центрального банка, а о ней мы будем говорить отдельно.

Что касается вопроса о том, есть ли у кредитной эмиссии экономические основы, то на него экономическая наука отвечает положительно.

Дело в том, что при осуществлении кредитной эмиссии, т. е. создании денег, банки просто одалживают их у... будущего. Как образно выразился однажды великий английский экономист XX в. Джон Кейнс: *«Значение денег прямо проистекает из того факта, что они являются связующим звеном между настоящим и будущим»*.

Осуществляя кредитную эмиссию, банк берет на себя риск и дает клиенту право расплачиваться деньгами, которые еще «не заработаны» страной. Иными словами, за деньгами кредитной эмиссии еще нет реальных ценностей в виде драгоценных металлов или товаров.

Поэтому покупательная способность кредитных денег гарантирована только репутацией банковской системы страны, а точнее, ее способностью выполнять обязательства перед клиентами.

Но если банк правильно оценил надежность своего нового должника, такой риск не станет причиной банковских неприятностей. Банки всегда выдают кредиты не просто так, а под определенные нужды и проекты. И здесь возможны две ситуации.

Первая возникает, когда кредит берет просто гражданин для решения каких-то своих личных проблем (например, ему не хватает денег, чтобы купить мебель). Обеспечением возвратности этого кредита служат его будущие заработки или приобретаемое в кредит имущество. Их реальность и величину банк тщательно проверит, прежде чем открыть клиенту чековый счет или выдать требуемую сумму наличными.

Значит, возвращая ссуду, должник будет часть своих заработков направлять непосредственно в сейфы банка. На эту величину соответственно увеличится сумма реально внесенных депозитов, которая постепенно дорастет до величины, некогда созданной в результате кредитной эмиссии.

Вторая ситуация возникает тогда, когда кредит выдается фирме под рентабельный проект. Обеспечением такой ссуды служат либо принадлежащие фирме-заемщику ценности, либо ее будущие доходы. Эти будущие доходы вернутся в банк, увеличив сумму на счете фирмы, и равенство между суммой реально внесенных в банк денег и величиной кредитной эмиссии также будет восстановлено.

Но возможно, конечно, что ссуда, выданная ненадежному должнику, и в будущем останется «легковесными» деньгами: возвращать одолженную сумму будет не из чего. Все это чревато разорением банка, который не сможет выполнить своих обязательств перед вкладчиками. Такая ситуация уже хорошо знакома многим россиянам, и уберечь от нее полностью не может даже резервная система.

Следовательно, необходим постоянный контроль за тем, как банки ведут свои дела. Именно это является главной задачей центрального банка любой страны.

Посчитаем — под/маем

Допустим, банк получил от вкладчиков 100 млн руб. и обнаружил, что даже в дни наибольших изъятий денег (например, перед праздниками или отпусками) ему удается покрывать выплаты за счет денег, полученных от клиентов в тот же день. Добавлять в кассу из своих подземных хранилищ обычно приходится не более 20 млн руб. Остальные 80 млн руб. лежат мертвым грузом. Как в этих условиях распорядиться деньгами вкладчиков наиболее рационально? Вывод напрашивается сам собой: именно столько — 20 млн руб., а точнее, 20 % суммы полученных к данному моменту депозитов, — надо хранить в сейфах ежедневно как резерв.

Остальные 80 млн руб., или 80 % депозитов, можно пускать в оборот, чтобы они зарабатывали деньги и банку, и вкладчикам. Ведь они представляют собой *избыточные резервы*.

Экономика в лицах

Джон ЛО — теоретик банковских реформ

Мы уже познакомились с отчаянным шотландцем Джоном Ло (1671—1729) и историей его взлета и падения в качестве главного финансиста Франции. Но в историю экономической науки он вошел не из-за своих блистательных спекуляций на рынке ценных бумаг.

Куда важнее то, что он был одержим идеей облагодетельствовать человечество путем создания новой банковской системы. По его мнению, реализация такого проекта могла дать экономическому прогрессу человечества толчок не меньший, чем великие географические открытия.

Плодом его размышлений стала книга «Деньги и торговля, рассмотренные в связи с предложением об обеспечении нации деньгами», вышедшая в 1705 г.

Ло был глубоко убежден в том, что он нашел рецепт обеспечения процветания наций. Секрет этот, по его мнению, очень прост: необходимо обеспечить изобилие денег в стране, а уж это создаст условия для полного использования земли, рабочей силы, предпринимательских талантов — всего, что и образует настоящее богатство страны.

Он писал: *«Внутренняя торговля есть занятость людей и обмен товаров... Внутренняя торговля зависит от денег. Больше их количество дает занятие большему числу людей, чем меньшее количество... Хорошие законы могут довести денежное обращение до той полноты, к ка-*

кой оно способно, и направить деньги в те отрасли, которые наиболее выгодны для страны; но никакие законы... не могут дать людям работу, если в обращении нет такого количества денег, которое позволило бы платить заработную плату большому числу людей».

При этом Ло имел в виду вовсе не металлические деньги, а бумажные, кредитные деньги — банкноты, которые, по его мнению, должны были выпускаться банком в соответствии с нуждами хозяйства. Иными словами, Ло пришел к пониманию того, что банк может выпускать больше бумажных денег, чем стоят ценности, хранящиеся в его сейфах и являющиеся обеспечением банкнот. Его расчет был внешне прост — увеличение с помощью кредитных денег количество товаров наполнит банковские билеты реальным содержанием, оправдав их опережающий выпуск в обращение.

Осознание возможности такого обращения с бумажными деньгами — кредитной эмиссии — требовало глубокого понимания законов денежного мира. И Ло им обладал — недаром он родился в семье банкира. Он придерживался совсем не тривиальной для своего времени точки зрения, что проводить такие операции с бумажными деньгами может и должен лишь государственный банк, защищающий интересы нации в целом, а не отдельных банкиров.

Для реализации подобных проектов Ло надо было получить в свое распоряжение целую страну и стать ее главным финансистом и банкиром. Другой бы счел подобную задачу неразрешимой, особенно для изгнанника из родной страны. Но не таков был Джон Ло.

Первая его попытка была неудачной — Шотландия (тогда еще не входившая в состав Великобритании) отклонила проект создания государственного банка. В поисках экспериментального полигона для своей реформы Ло перебрался на материк и нашел его во Франции.

Благодаря недюжинному обаянию и уму он сумел завоевать расположение герцога Филиппа Орлеанского, пришедшего к власти во Франции после смерти Людовика XIV. От регента Ло получил разрешение на открытие частного Всеобщего банка, который за два года овладел всей денежной и кредитной системой страны, а в 1719 г. был преобразован в Королевский банк. Сам же Ло, оставаясь главой этого банка, стал и генеральным контролером (министром финансов) Франции. Это было встречено с одобрением, поскольку деятельность созданного им банка действительно помогла стране выйти из тяжелого кризиса. Банкноты этого банка пользовались большим доверием, а обильные кредиты вызвали оживление в промышленности и торговле.

Погубил Джона Ло ряд ошибок, возможность которых он в своих научных трудах не учел. Одна из них состояла в том, что вся его сеть финансовых комбинаций опиралась на один-единственный банк. Хотя этот банк и назывался Королевским, а в его правлении рядом с Ло сидел сам регент Франции герцог Филипп Орлеанский, законы денежного мира оказались сильнее.

Отсутствие системы резервов, опирающейся на согласованные действия многих банков, сделало крах банковской империи Ло неизбежным.

Королевский банк на некоторое время действительно добился полной власти над деньгами Франции. Однако без помощи других банков Ло не смог обеспечить ликвидность банкнот Королевского банка до момента, когда его собственные вложения начнут приносить запланированные доходы. Это и вызвало падение доверия к этим банкнотам, отток депозитов из банка, а в конечном счете — крах всего гигантского проекта Джона Ло.

§ 65. Роль Центрального банка в регулировании кредитно-денежной системы страны

В большинстве стран мира главный банк сейчас выполняет четыре основные функции:

- 1) по поручению государства осуществляет выпуск наличных денег;
- 2) действует как «банк банков»;
- 3) играет роль «банкира правительства»;
- 4) регулирует денежно-кредитные операции и наблюдает за тем, как действующие в стране коммерческие банки соблюдают законы и правила деятельности.

Заметим, что хотя центральные (государственные) банки в любой стране не обслуживают ни граждан, ни фирмы, они ведут собственную коммерческую деятельность и даже зарабатывают прибыль.

Например, Центральный банк России в 2000 г. получил чистой прибыли на сумму 4 млрд 179 млн руб. А по закону 50% ее он должен направлять в доход бюджета страны.

Эмиссия наличных денег. В любой развитой стране мира сегодня денежная масса состоит из множества различных видов денег. При этом безналичные деньги выпускаются в обращение (эмитируются) коммерческими банками, когда они дают кредиты гражданам и фирмам.

Наличные же деньги обычно изготавливаются и распространяются центральным банком, которому такое монопольное право предоставлено государством.

«Банк банков». Об этой функции центрального банка мы уже узнали немало. Отметим лишь в дополнение, что центральный банк помогает банкам выбираться из трудных ситуаций лишь при чрезвычайных обстоятельствах, не зависящих от самого банка. Но центральный банк не несет ответственности за убытки коммерческих банков, выдавших неудачные кредиты и потому разорившихся.

Из таких ситуаций банки и их клиенты могут спастись только с помощью специальных систем страхования вкладов. Например, в США существует для этих целей Федеральная корпорация по страхованию депозитов, благодаря чему вкладчики, у которых размер вклада не превышает 100 тыс. долл., получают 100%-ное страховое возмещение даже при полном разорении «своего» банка. Это очень помогло американцам, когда в 1970-х гг. у них обанкротилось более 100 сберегательных банков.

В России, к сожалению, действенной системы страхования депозитов пока не создано, в связи с чем вкладчик российского банка практически не имеет гарантии возврата своих средств при банкротстве банка, куда он их некогда вложил. И в этом на своем горьком опыте смогли убедиться уже многие тысячи россиян, обреченно толпившихся у дверей лопнувших банков.

«Банкир правительства». Во всех странах центральные банки обслуживают финансовую деятельность государства, помогая ему решать те или иные задачи. Это удобнее для государства, поскольку, будучи владельцем такого банка, оно получает от него обслуживание на более льготных условиях, чем предлагают коммерческие банки.

Регулирование денежно-кредитной сферы и контроль за деятельностью коммерческих банков. Центральный банк реально является частью государственного аппарата управления экономикой. Но при этом законодательство (в том числе российское) предусматривает его независимость от исполнительной власти (председатель Банка не подчинен премьер-министру страны) и ответственность только перед властью законодательной и президентом страны.

Центральный банк фактически выполняет часть государственных функций по регулированию экономики.

Его основными задачами в этой области являются:

1) контроль за созданием и деятельностью коммерческих банков. Этот контроль призван способствовать поддержанию стабильности банковской системы и удерживать банки от слишком рискованных операций;

2) определение правил денежных операций с национальной и иностранными валютами. Именно Центральный банк (ЦБ) России определяет в нашей стране правила покупки и продажи иностранной валюты, а также границы ее использования в хозяйственной деятельности;

3) регулирование масштабов кредитной эмиссии коммерческих банков.

О том, как центральные банки регулируют кредитную эмиссию, стоит сказать несколько подробнее.

В условиях резервной банковской системы величина кредитной эмиссии получает четкие рамки. Она определяется двумя факторами:

1) суммой избыточных резервов, образовавшихся у всех банков страны;

2) величиной депозитного мультипликатора, которая сама зависит от резервных требований, устанавливаемых Центральным банком.

В результате максимальная величина кредитной эмиссии определяется по формуле:

$$\text{Кредитная эмиссия} = \frac{\text{Сумма избыточных резервов}}{\text{Депозитный мультипликатор}}.$$

Например, если у всех банков страны есть избыточные резервы на сумму 1 трлн руб., а норма обязательного резервирования установлена на уровне 20%, то все банки страны вместе взятые смогут выдать кредиты за счет этих резервов на сумму не свыше 5 трлн руб. $[10 \times (1 : 0,2)]$. Отсюда легко понять, что если центральный банк страны:

1) повышает норму резервирования, то величина кредитной эмиссии сокращается;

2) снижает норму резервирования, то величина кредитной эмиссии возрастает.

С помощью этого несложного (на первый взгляд!) механизма центральный банк страны получает возможность регулировать количество денег, которое предлагается через кредитные организации на рынок капитала. А это позволяет очень существенно влиять на всю экономическую жизнь страны, и прежде всего на уровень инфляции. Ведь цены повышаются именно на волне избыточных денег.

И напротив, если в экономике начинается инфляция, то есть все основания полагать, что в стране образовался избыток денег. Если в этот момент центральный банк увеличит резервные требования, то масштабы кредитной эмиссии сократятся. Тогда прирост денег в стране замедлится, и инфляция начнет падать. Центральный банк всегда играет главную роль в борьбе с инфляцией — это вообще его самая важная задача. Вот почему в контрактах, которые подписывают перед вступлением в должность председатели национальных банков некоторых стран мира, прямо записано: они подлежат увольнению, если темп инфляции в стране превысит некую предельную величину.

В России пока таких требований к главному банкиру страны не предъявляют. Может, это будет сделано со временем.

Экономика в лицах

Монетаристы

Давид Юм: «Экономика движется деньгами»

Милтон ФРИДМЕН — самый знаменитый монетарист

Проблема влияния денег и банков на экономику возникла давно и волновала не одного Джона Ло. Как явление экономической мысли оно получило название монетаризма и поначалу было тесно связано с теориями меркантилистов.

Особое внимание к роли денег было вызвано тем, что Западная Европа в XIV—XV вв. — до появления американского золота — тяжело страдала от «нехватки денег». Производство товаров, торговля и соответственно потребность в деньгах для расчетов росли быстрее, чем запасы золота и серебра, которые можно было получить из известных к тому времени месторождений. Наличных денег было так мало, что это сыграло роковую роль в судьбе одного монарха — короля Франции Иоанна II Доброго (1319—1364).

Проиграв в 1356 г. войну с Англией, Иоанн попал в плен и был отпущен на свободу под обязательство внести за себя выкуп в 3 млн золотых экю.

Чтобы выполнить это условие, Иоанн, вернувшись во Францию в 1360 г., вынужден был полностью изъять из обращения золотые экю, вследствие чего страна лишилась всех наличных денег! Однако и этого оказалось мало для внесения выкупа, и Иоанн, верный своему слову, вернулся в 1364 г. в Англию, в плен, где в том же году и скончался.

Мощный толчок монетаризму дала «революция цен», вызванная дешевым золотом из американских колоний. Неудивительно поэтому, что в XVI в. выходит книга флорентийского банкира Б. Даванзатти «Чтение о монете», где обосновывается огромная роль денежного обращения и банков («подобная роли кровообращения в организме человека») в развитии хозяйства любой страны.

Идеи ранних монетаристов были подхвачены и критически переосмыслены выдающимся мыслителем Англии **Давидом Юмом** (1711 — 1776) — философом, историком и экономистом, ближайшим другом Адама Смита.

Юм был одним из авторов «количественной теории денег», утверждавшей, что уровень цен в стране зависит только от количества денег в обращении, когда «куча товаров сталкивается с грудой денег».

Юм писал: *«...в каждом королевстве, куда деньги начинают притекать в большем обилии, чем прежде, все приобретает новый вид: труд и промышленность оживают, торговец становится более предприимчивым, и даже фермер идет за своим плугом с большей живостью и вниманием».*

Но Юм понимал, что этот чудный результат наплыва денег, увы, недолговечен: *«Первоначально не происходит никаких изменений. Затем начнется рост цен сначала на один товар, затем на другой, пока в конце концов цены всех товаров не возрастут в такой же пропорции, что и количество металлических денег, имеющихся в королевстве».*

Иными словами, Юм предвидел некоторые из тех процессов в денежном мире, которые сделали XX в. веком инфляции, правда, уже не при металлических, а при бумажных деньгах.

Неудивительно поэтому, что в XX веке монетаризм расцвел так бурно, став одной из главных школ экономической мысли во всем мире.

Глава этой школы — профессор Чикагского университета **Милтон Фридмен**, родившийся в 1912 г. в бедной семье эмигрантов. Он рано проявил блестящие способности (поначалу математические) и, окончив университет, избрал путь ученого.

Известность ему принесла опубликованная в 40-летнем возрасте книга «Очерки позитивной экономики», а славу — книга «Исследования в области количественной теории денег».

В 1967 г. он был избран президентом Американской экономической ассоциации, а в 1976 г. получил Нобелевскую премию по экономике.

Монетаристы XX в. вслед за Давидом Юмом считают, что инфляция возникает всякий раз, когда правительство вместе с банками выпускает их в обращение чересчур много. Между тем единственно правильная политика правительства и банков — увеличивать количество денег в экономике не быстрее, чем растет производительность хозяйства страны.

Тогда свободный рынок (который более ничто не должно сдерживать) самотрегулирует все пропорции в экономике, и страна будет развиваться нормально.

Если же правительство и банки ведут себя иначе и произвольно меняют количество денег в обращении, то экономику начинает лихорадить и в ней возможны любые кризисы.

Основные выводы

1. Банки возникли в глубокой древности как фирмы, специализирующиеся на оказании особого рода услуг: на хранении сбережений и предоставлении кредитов. Со временем банки освоили также деятельность, связанную с организацией расчетов за покупаемые и продаваемые товары внутри страны и на мировом рынке. Это позволило ускорить платежи и повысить их надежность, что оказало весьма положительное влияние на все развитие торговли и мировой экономики в целом. За свои услуги банки берут плату, которую обычно называют маржой. Маржа покрывает собственные затраты банка и обеспечивает получение им прибыли. Клиенты банков соглашались оплачивать маржу, поскольку дея-

тельность банков помогает сокращать транзакционные затраты и снижает риск одалживания денег.

2. Важнейшим видом деятельности банков является кредитование. Осуществляя кредитование, банки стремятся обеспечить: срочность, платность, возвратность и гарантированность выдаваемых кредитов. Срок выдачи кредитов при этом весьма существенно зависит от срока, на который сам банк получил депозиты от своих вкладчиков. Величина платы за кредит определяется общими принципами формирования цены денежных ресурсов на рынке капитала. Возвратность кредита обеспечивается с помощью законов и органов, контролирующих их соблюдение. Гарантированность кредитов проявляется в требованиях банков к заемщикам предоставить обеспечение или даже передать какое-то имущество в залог банку.

3. Чтобы ускорить и облегчить расчеты, банки создали систему безналичных платежей, а также придумали векселя и чеки — собственные платежные документы. Следствием этого явилось постепенное изменение структуры денежной массы в пользу безналичных денежных средств. Высокая доля наличных денег в структуре денежной массы вредна для экономики страны, так как сокращает возможности банков в кредитовании фирм, а также способствует развитию «теневой» экономики, что в свою очередь ведет к падению доходов государства и криминализации всей жизни в стране.

4. При нормальной экономической ситуации в стране в банках образуются избыточные резервы денег. Эти избыточные резервы банки превращают в новые депозиты, осуществляя кредитную эмиссию. Ее проведение каждым банком в отдельности очень опасно. Поэтому в развитых странах мира созданы общенациональные резервные системы, в рамках которых все банки поддерживают друг друга через резервный фонд, создаваемый в центральном банке страны. Нормы резервных отчислений в этот фонд устанавливаются центральным банком в силу прав, предоставленных ему законом. Величина этих требований определяет уровень депозитного мультипликатора, т. е. пропорцию, в которой все банки страны могут нарастить денежную массу по сравнению с суммой образовавшихся у них избыточных резервов.

5. Центральный банк любой страны является государственным органом, контролирующим деятельность национальной банковской системы, регулирующим денежное обращение и обслуживающим нужды государства. Центральный банк не ведет операций с фирмами или гражданами и имеет дело только с банками внутри страны и за рубежом. Главной задачей любого центрального банка является борьба с инфля-

цией. Вести такую борьбу он может различными способами. Одним из них является изменение величины резервных требований к коммерческим банкам: при ускорении инфляции эти требования увеличиваются, чтобы сжать денежную массу в стране. При снижении инфляции резервные требования снижаются, чтобы экономика могла получить больше кредитов для ускорения своего роста.

Контрольные вопросы

1. Какие причины привели к возникновению банков?
2. Какие две главные категории банков существуют в любой стране и чем они различаются?
3. Почему банковский рынок нельзя назвать рынком совершенной конкуренции?
4. Каковы основные принципы банковского кредитования?
5. Почему банку, в котором вкладчики держат деньги только на депозитах до востребования, не стоит заниматься выдачей долгосрочных кредитов?
6. Почему банки требуют от фирм-заемщиков «прозрачности», т. е. доступности всей финансово-экономической информации, кроме той, что составляет коммерческую тайну?
7. Термин «банкнота» буквально переводится как «банковская расписка». Каковы причины, по которым современные бумажные деньги называют именно так?
8. Каковы достоинства и недостатки векселя и чека по сравнению с наличными деньгами?
9. Почему чрезмерное развитие наличного денежного обращения в России суживает возможности банков и вредно для всего экономического будущего страны?
10. Почему в банках возникают избыточные резервы денег?
11. Почему в одиночку заниматься кредитной эмиссией банку опасно?
12. Почему резервные отчисления в центральный банк закон вводит как обязательные, а не предоставляет право решать вопрос о таких отчислениях самим банкирам?
13. Каковы основные функции центральных банков?
14. Почему организация, не имеющая лицензии центрального банка, не может считаться банком и доверять ей деньги опасно?
15. Как центральный банк может влиять на темпы инфляции в стране?

Вопросы для обсуждения

1. Почему любая страна должна заботиться о развитии и укреплении своей национальной банковской системы?
2. Почему в России сейчас почти никто не пользуется чековыми книжками?
3. Почему экономическая и политическая стабильность в стране ведет к росту предложения денег на кредитном рынке и тем самым к расширению возможностей инвестирования в развитие ее экономики?

ГЛАВА 18

РЫНОК ЗЕМЛИ И ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ

Приглядитесь к тому, как народ использует свои земли,
и вы сможете прийти к весьма точным прогнозам относительно
будущего этого народа.

Е.Ф. Шумахер (1911-1977)

Начиная с весны 2001 г. в Государственной думе России кипели жаркие споры «о земле». Эта тема становилась причиной политических конфликтов между различными партиями и даже драк между депутатами. Почему же эта тема вызвала столь острое противостояние политиков и различных групп избирателей, голосовавших за этих политиков?

§ 66. Частная собственность на землю и ее экономическое значение

Для организации своей деятельности любой фирме нужно производственное пространство, на котором она смогла бы собрать вместе все остальные имеющиеся у нее ресурсы: труд, капитал, сырье и материалы и т. д. Производственное пространство может иметь самый различный вид в зависимости от профиля фирмы: для агрофирмы это будут поля под посевы или выпас скота, для промышленной фирмы — корпуса цехов с оборудованием, для сервисной фирмы — помещения, в которых она может обслуживать клиентов.

Но во всех случаях создание производственного пространства требует, чтобы фирма имела право пользоваться определенным участком земли или частью здания, которое на этом участке возведено. Как видим, рынок земли всегда является одним из важнейших рынков производственных ресурсов.

В самом начале нашего знакомства с миром экономики мы установили, что основой работы рыночных механизмов является частная собственность на все ресурсы производства и изготовленные с их помощью блага. Без права собственности нельзя осуществить саму сделку купли-продажи: ее тут же опротестует кто-нибудь другой, утверждая, что права на предмет сделки принадлежат именно ему.

Все это в полной мере относится и к рынку земли. В мире производственных ресурсов нет другого товара, который порождал бы столько конфликтов и проблем из-за регулирования прав собственности на него. Особенно трудно рынок земли рождается в России.

Проблема земельной собственности в нашей стране столь сложна и запутана, что подробно обсудить ее в рамках настоящей главы невозможно. Напомним лишь, что частная собственность дворян на землю была гарантирована государством лишь в XVIII в. Но за этим не стояло длительной традиции, как в Европе: в нашей стране привычной была, напротив, общинная собственность на землю. Положение начало меняться лишь в конце XIX — начале XX вв. на фоне преобразований в аграрном секторе (отмена крепостного права, реформа П.А. Столыпина). И все же отечественный опыт функционирования рынка земли был столь мал и столь решительно отторгнут после Октябрьской революции, что сейчас приходится создавать механизмы этого рынка практически без опоры даже на историю.

Сегодня в России частная собственность на землю как бы и признана законом, но реализация прав, связанных с такой собственностью, сопряжена со множеством проблем, и реально рынок земли и природных ресурсов только формируется.

Структура распределения российских земель по типам собственности на начало XXI в. показана на рис. 18.1.

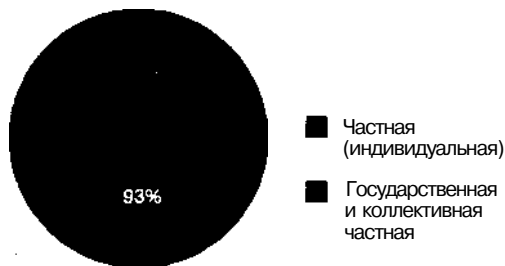


Рис. 18.1. Структура распределения сельскохозяйственных угодий в России по типам собственности

Конечно, надо понимать, что отношение к частной собственности на сельскохозяйственные угодья в России непростое и сильно зависит от региона. Так, при опросах общественного мнения жители северных и центральных регионов страны (где много свободных земель, а их ка-

чество и климатические условия для агробизнеса не очень хороши) выступают за неограниченное право частной собственности. А вот жители южных регионов, где на душу населения в среднем приходится куда меньшая площадь сельхозугодий (рис. 18.2), плодородие почв высоко, климатические условия весьма благоприятны для выращивания многих культур, охотнее поддерживают предложения о всемерном ограничении свободной купли-продажи земель, т. е. выступают против полноценной частной собственности на землю.

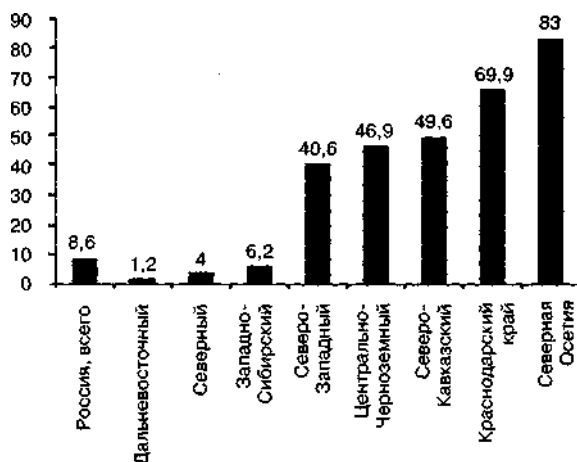


Рис. 18.2. Различия в плотности населения между некоторыми регионами России в 1997 г. (количество человек на 1 кв. км)

Причины у жителей южных регионов для этого есть: опасность вывода земель из сельхозоборота в результате спекуляций, возможность конфликтов на почве передела угодий, боязнь скупки лучших земель иностранцами и т. д.

И все же пока в России не будет создан нормальный механизм купли-продажи всех типов земель во всех районах страны, сочетающийся с защитой сельхозугодий от промышленного использования или скупки иностранцами (если граждане России не желают того), никакой серьезный экономический подъем в стране не начнется.

Объяснение этого заключается в том, что без нормально функционирующего рынка земли невозможно создать хорошо работающее сель-

ское хозяйство. А оно особенно необходимо отечественной экономике, поскольку наша страна до сих пор не решила проблему нормального продовольственного самообеспечения.

Но почему отсутствие полноценной частной собственности на землю и нормально функционирующего рынка земли мешает развитию сельского хозяйства России и улучшению общеэкономической ситуации в стране? Отметим два важнейших негативных следствия такого положения:

- 1) отсутствие механизма эффективного перераспределения земли;
- 2) невозможность создания нормального механизма кредитования аграрного сектора.

Рассмотрим каждое из этих следствий более подробно.

Отсутствие механизма эффективного перераспределения земли. Вспомним, что, решая главные экономические вопросы: что производить; как производить; кто вправе получить произведенное, — любая страна в конечном счете распределяет ограниченные производственные ресурсы между теми, кто конкурирует в их получении.

Выше мы уже установили, что такое распределение возможно с помощью либо государственного аппарата, либо рынка (полностью свободного или частично регулируемого государством). Все это в полной мере относится и к земле, а также иным природным ресурсам.

Во времена планово-командной системы вопросы землепользования решались в стране руководством КПСС и правительством, а исполнение этих решений контролировало Министерство сельского хозяйства. Именно на этом уровне принимались решения то об укрупнении колхозов и совхозов в надежде резко повысить эффективность использования земель, то о разукрупнении вчера созданных гигантов, когда выяснялось, что и создание агромонстров с территорией в «пол-Франции» не приводит к существенному улучшению дел в сельском хозяйстве.

В рыночной системе вопросы землепользования решаются преимущественно на основе критериев эффективности: те собственники, которые не способны обеспечить прибыльное использование земель, разоряются, и земля переходит к владельцам, которые способны использовать ее более эффективно.

При этом в большинстве стран мира приняты достаточно жесткие правила работы рынка земли, позволяющие уберечь сельскохозяйственные угодья от порчи или вывода из аграрного использования.

Поскольку государство сегодня земли не перераспределяет, а рынка земли нет, то в России сейчас вообще отсутствует механизм перехода земель от неэффективных собственников к эффективным.

В итоге огромные площади земель по-прежнему находятся в распоряжении вчерашних колхозов и совхозов, которые накормить страну не могут. Вот почему россияне вынуждены и в начале XXI в. заниматься натуральным хозяйством и кормить свои семьи за счет продукции с садовых и приусадебных участков.

Такая ситуация хорошо отражена на рис. 18.3 и 18.4, показывающих:

- с одной стороны, долю индивидуальных участков граждан в общей площади земель, переданных в собственность (по состоянию на июль 1995 г.);
- с другой — долю этих хозяйств в общероссийском производстве важнейших видов сельскохозяйственной продукции.

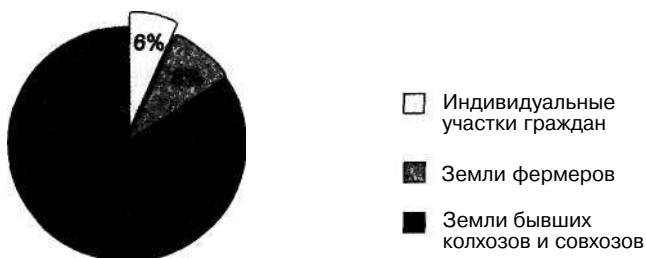


Рис. 18.3. Структура распределения земель в России по типам собственников

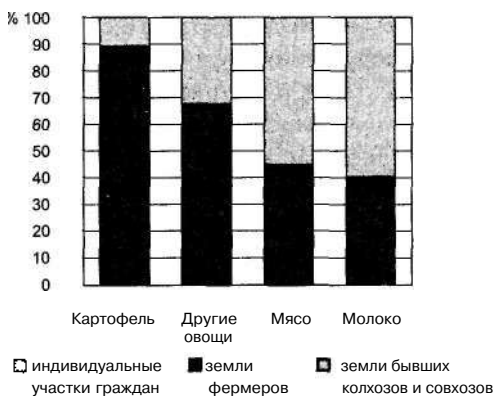


Рис. 18.4. Структура производства в России важнейших видов продукции сельского хозяйства (по типам собственников), в % общего объема производства

Как видно на рис. 18.3, семьи россиян (не считая фермеров) владеют всего лишь 6% общей площади сельскохозяйственных угодий, переданных в собственность после принятия в 1991 г. Земельного кодекса РФ. И тем не менее на своих крохотных участках нашим согражданам удастся производить более 88% всего картофеля и почти 67% всех остальных овощей, выращиваемых в стране. Трудно найти более яркое доказательство того, что эффективность использования одних и тех же по плодородию земель сильно различается и в России.

Так обстоит дело во всем мире, и потому рынок земли хотя и регулируется законом, но нигде не запрещается. Например, в Германии, где обеспеченность землей куда ниже, чем в России (плотность населения этой страны в 2,76 раза выше, чем в самых густонаселенных районах России), никому не приходит в голову ликвидировать рынок земли в целях «защиты крестьянина».

Этот рынок помогает немецкому сельскому хозяйству поддерживать высокий уровень эффективности. Например, в последние десятилетия неуклонно росла площадь земли, которой должен владеть фермер, чтобы его хозяйство было устойчиво и прибыльно. В 1960-х гг. хорошо себя чувствовали фермеры с площадью земель до 20 га, в 1970-х — 20—30 га, в 1980-х — 30—50 га, а в 1990-х — 50 и более гектаров. Соответственно те фермеры, у которых земли было меньше, чем диктовали требования рациональности, просто разорялись. За 1950—1980 гг. количество хозяйств с площадью угодий 15—20 га сократилось в 1,5 раза, с площадью угодий 2—5 га — в 4,6 раза и с площадью угодий менее 2 га — в 3,7 раза.

Но никакой катастрофы в сельском хозяйстве Германии не произошло. Благодаря нормально функционирующему рынку земли угодья разорившихся фермеров были просто скуплены теми фермерами, которые обладали капиталом для расширения принадлежащих им площадей. В результате за тот же период численность немецких ферм с площадью земли в 20—30 га возросла в 1,2 раза, а 50—100 га — в 3 раза.

Аналогичный процесс перераспределения земли в пользу наиболее эффективных производителей в России пока не начался. А в итоге мы вынуждены закупать продукты питания за рубежом, поскольку жить без таких закупок наша страна пока не может.

В 2000 г. Россия ввезла из-за рубежа 1,57 млн т мяса, рыбы и мясных консервов, 4,67 млн т хлебных злаков и почти 5 млн т сахара. Причина такого огромного импорта очевидна: хотя в сельском хозяйстве страны после 1998 г. (когда из-за девальвации рубля импортное продовольствие

резко подорожало и стало менее конкурентоспособным по сравнению с отечественным) и начался медленный подъем, но из-за множества препятствий на пути становления земельного и аграрного рынков этот процесс дал пока не очень заметные результаты.

Невозможность создания нормального механизма кредитования аграрного сектора. Аграрно-промышленный комплекс (АПК), подобно всем другим сферам коммерческой деятельности, всегда нуждается в заемном капитале. Но удовлетворять эту потребность в России куда сложнее, чем в странах с комплексно развитой рыночной системой.

Аграрно-промышленный комплекс (АПК) — группа отраслей, обеспечивающих: 1) производство техники и удобрений для сельского хозяйства; 2) собственно производство сельхозпродукции; 3) ее первичную переработку.

Вот что говорил по этому поводу в 1995 г. министр сельского хозяйства России Александр Назарчук: *«Работа АПК сезонна, и без кредитов работать невозможно. К сожалению, в прошлом году Дума приняла решение о запрете кредитования АПК за счет бюджетных средств. Но если не будет инвестиционного кредита, то, по существу, не будет и обновления основных фондов. Так, в этом году мы засеяли 12 млн га озимых, из них только на 1,5 млн га внесли удобрения. Можно уже прогнозировать, каков будет урожай 1996 г.»*

Министр прав: если не осуществлять инвестиции, то основные фонды (а в сельском хозяйстве это прежде всего земля) будут приносить все меньшую отдачу (о том, чем это грозит, мы будем говорить дальше).

Но свои объяснения есть и у Думы: кредиты, которые сельское хозяйство России получает из бюджета, как правило, никогда не возвращаются (их приходится потом «списывать» в потери бюджета).

Естественно, что не хотят кредитовать сельское хозяйство и коммерческие банки. Их отпугивает в основном невозможность получения от аграриев-заемщиков достойного обеспечения (т. е. тех активов, прежде всего земли, которые банк может продать в возмещение своих убытков, если заемщик-крестьянин не вернет кредит).

Таким обеспечением могла бы стать земля, что вполне устроило бы банки. Более того, на этом была основана деятельность Земельного банка, созданного П.А. Столыпиным и сыгравшего огромную роль в успехе аграрной реформы начала века. Но раз право частной собственности на сельскохозяйственные угодья в России жестко ограничено и полноценного рынка земли нет, банки не хотят кредитовать АПК (это становится слишком опасно), а агрофирмы задыхаются без кредитов.

Так гласит закон

Право частной собственности на землю было восстановлено в России после принятия в апреле 1991 г. «Земельного кодекса Российской Федерации», который устанавливает, что:

1) допускаются государственная, колхозно-кооперативная, частная, коллективно-долевая формы собственности на землю;

2) все земли в России подразделяются на несколько видов: сельскохозяйственного назначения, промышленности, лесного фонда, населенных пунктов и др.;

3) граждане имеют право получить в собственность, пожизненное наследуемое владение или в аренду земельные участки для ведения крестьянского (фермерского) хозяйства, индивидуального жилищного строительства, садоводства, огородничества, животноводства;

4) в собственность граждан земля передается за плату и бесплатно;

5) бесплатно земля передается для крестьянского (фермерского) хозяйства — в пределах средней земельной доли, сложившейся в данном районе в расчете на одного работающего в сельском хозяйстве, а также для строительства жилья и подсобного хозяйства в сельской местности;

6) за плату земля передается в собственность для жилищного строительства в городах, а также сверх средней земельной доли данного района;

7) владение и временное пользование землей являются платными: владельцы и арендаторы земли обязаны платить земельный налог.

§ 67. Особенности функционирования рынка земли

Позже или раньше, но и России придется заняться созданием нормально работающего рынка земли. В противном случае этот рынок будет полностью функционировать в рамках «теневой экономики», т. е. возможность использования земель будет приобретаться за взятки, как это зачастую происходит сегодня.

Но создавать рынок земли непросто, поскольку он обладает рядом особенностей. Они связаны прежде всего с тем, что общее предложение земли в каждый данный момент времени постоянно и не может расширяться или уменьшаться в зависимости от изменений цен. Это означает, что эластичность рыночного предложения по цене равна нулю." как бы ни росла цена, которую покупатели готовы уплатить за участки в ближнем Подмосковье, рыночное (общее) предложение этих участков не может заметно возрасти. Ведь площадь этих участков физически ограничена (и к тому же они большей частью уже проданы).

Поэтому если построить кривую предложения земли на рынке в зависимости от цены, то для небольших промежутков времени эта кривая примет вид вертикальной прямой (рис. 18.5).

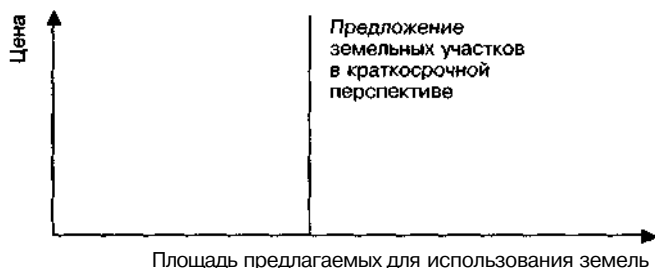


Рис. 18.5. Закономерность формирования предложения на рынке земли в краткосрочной перспективе

Правда, если говорить о более длительной перспективе, то, приложив некоторое количество труда и капитала, можно увеличить количество пригодных к использованию земель в целом по стране. Так, произошло в СССР после освоения казахстанской целины или проведения мелиоративных работ на болотах Белоруссии. А, например, голландцы увеличивают площадь сельскохозяйственных земель за счет отвоевывания их у моря: они строят дамбы, а затем насыпают плодородный слой и получают прекрасные урожаи.

Это означает, что эластичность предложения земли в зависимости от цены становится хотя и небольшой, но отличной от нуля. Следовательно, если построить график предложения земли для страны в целом и для долгосрочного периода времени, то линия предложения (идущая вертикально вверх в течение коротких промежутков времени) превратится уже в наклонную прямую (рис. 18.6).

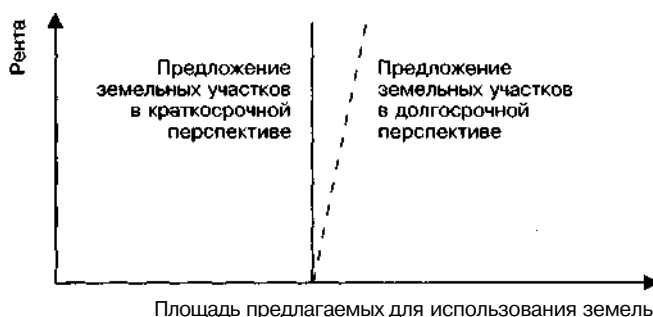


Рис. 18.6. Формирование предложения на рынке земли в долгосрочной перспективе

Обратим, однако, внимание на следующее обстоятельство. Хотя общее (рыночное) предложение на рынке земли неэластично, отдельные покупатели (фирма или человек) этого не замечают. С их точки зрения, предложение земли вполне эластично по цене — нужную площадь земли в нужном районе практически всегда приобрести можно. Если, конечно, предложить ее нынешним владельцам столь высокую цену, что они захотят расстаться со своей собственностью. В итоге произойдет смена хозяев определенных участков земли, но не рост площади земли, находящейся в собственности.

Именно поэтому в экономической науке принято выделять доход владельца земли от ее продажи в особую категорию — **ренту**, поскольку это доход собственника ресурса, физически не поддающегося увеличению. Такой доход получают собственники земли, а также владельцы уникальных способностей (например, певцы, спортсмены, звезды кино и театра). Как формируется величина ренты (если взять в качестве примера рынок земли), показано на рис. 18.7.

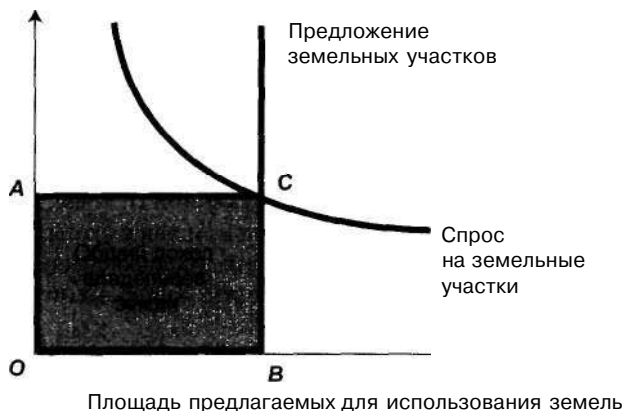


Рис. 18.7. Формирование величины ренты (на примере рынка земли)

Рента — общее название доходов владельцев земли и владельцев всех тех ресурсов, величина предложения которых жестко фиксирована.

Как мы видим на рис. 18.7, в силу неизменности предложения (неэластичности его по цене) рыночная цена земли — рента — складыва-

ется в зависимости от того, сколько максимально может быть уплачено за предложенную к продаже площадь земель. И если кривые спроса и предложения пересеклись в точке C , сформировав цену земли (площадью B) на равновесном уровне A , то доход владельца будет равен площади заштрихованного квадрата $OACB$ (определяемой как произведение площади земель на ренту, уплачиваемую за единицу земли, например, за гектар).

Поэтому повышение спроса на землю реально ведет не к увеличению предложения, а к росту ренты — цены за земельные участки, получаемой их собственниками (рис. 18.8).

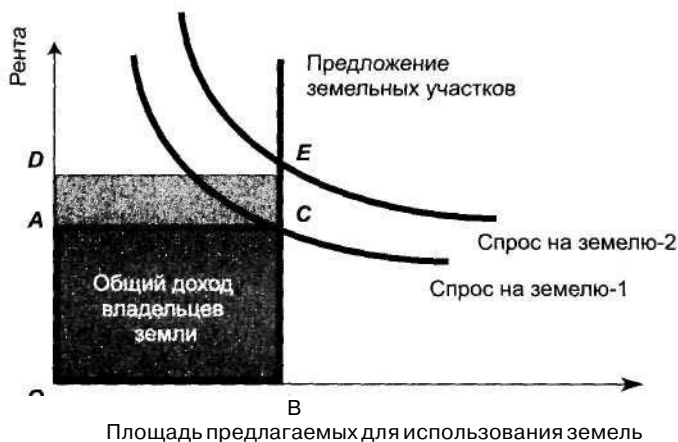


Рис. 18.8. Изменение цены земли и величины ренты при увеличении спроса на землю

Как мы видим на рис. 18.8, увеличение спроса на землю (чему соответствует сдвиг кривой спроса вправо-вверх — с положения «Спрос на землю-1» до положения «Спрос на землю-2») не привело к росту объема предлагаемых к продаже земель. Возросла лишь их цена (рента) — с уровня A до уровня D . И соответственно увеличилась сумма дохода владельцев земель, который получен от их продажи.

Если при прежнем уровне спроса они могли выручить за свою землю сумму, равную площади прямоугольника $OACB$, то теперь величина их дохода составит $ODEB$, т. е. возрастет на величину площади прямоугольника $ADEC$.

Заметим, что для получения большего дохода владельцам земли не пришлось прикладывать никаких усилий: богаче их сделал рост спроса

на те неизменные по объему ресурсы, которыми они владеют. Все то же самое относится и к хозяевам иных природных ресурсов, либо компаниям, которые эти ресурсы используют на условиях исключительности.

Но что определяет ту цену, которую согласны заплатить покупатели за право владения или пользования землей? Ответ на это вопрос прост: «Выгода, которую можно получить от использования земли и которая формирует спрос на землю».

Спрос на землю предъявляют покупатели, которых можно разделить на две группы:

- 1) сельскохозяйственные пользователи;
- 2) несельскохозяйственные пользователи.

Сельскохозяйственные пользователи — все использующие плодородие почв для производства сельскохозяйственной продукции любого типа.

Для *сельскохозяйственных пользователей* цена земли определяется ее плодородием и в определенной мере местоположением, от которого зависят как почвенно-климатические условия производства, так и затраты на доставку ресурсов и готовой продукции.

Для *несельскохозяйственных пользователей* основных факторов формирования цены земли два:

1) подготовленность участка к использованию (участок, к которому уже подведена вода, газ, электроэнергия и телефонный кабель, будет стоить дороже участка, к которому все это еще только предстоит подвести);

2) местоположение участка.

I Несельскохозяйственные пользователи — все, кому земля нужна для строительства зданий, промышленного производства или иных целей, не связанных с использованием плодородия почв.

Так, в городах цены земельных участков (равно как и жилья, представляющего собой не что иное, как пространство над земельными участками) тем выше, чем ближе они расположены к центру города или центру деловой активности.

Например, в Новосибирске в ноябре 2000 г. средняя стоимость 1 кв. м общей площади квартир составляла 6216 руб. (около 223 долл.). При этом в центре города 1 кв. метр стоил более 9200 руб., а в далеких районах средняя стоимость жилья составляла лишь 4834 руб. за метр. Как отмечал новосибирский журналист Сергей Рымов: «*Существенная разница объясняется не столько вопросами престижа, сколько тем, что Новосибирск — третий по площади город России и расстояния там немаленькие*».

Таким образом, на цену земли влияет также транспортный фактор, т. е. удобство сообщения с теми местами, куда надо доставлять готовую продукцию или куда люди ездят на работу. Так, открытие в Москве линии метро до района Бибирево, облегчившее путь жителям, сразу же вызвало рост спроса на жилье в нем, а значит, и цен. За год в этом районе цены жилья возросли на 28%, тогда как в среднем по Москве рост цен составил лишь 11%. Поэтому величина ренты носит неслучайный характер — она, подобно ценам всех остальных ресурсов, прямо зависит от пользы, которую можно извлечь при использовании этого ресурса. Следовательно, рынок земли при всех его особенностях вполне успешно решает главную задачу любого рынка — обеспечение наиболее рационального распределения ограниченных ресурсов.

Логика здесь проста: если покупатель, заплативший наивысшую цену и ставший собственником земли, не сумеет получить от ее использования доход, окупающий затраты на покупку, он понесет убытки или даже разорится. Но если он будет получать экономическую прибыль и при покупке земли по столь высокой цене, значит, он умеет использовать эту землю более эффективно, чем все остальные претенденты.

Конечно, мы нарисовали идеальную модель работы рынка земли, позволяющую понять основные его закономерности. В реальной жизни в функционировании рынка земли большую роль играют спекулянты земель, т. е. покупатели, приобретающие землю не для непосредственного использования, а для перепродажи с прибылью, когда рента возрастет (что может быть спровоцировано и собственно действиями спекулянта). Устранить спекуляции землей полностью, не нарушая при этом самого механизма работы рынка земли, просто невозможно. Но сильно ограничить такие спекуляции вполне реально, и во многих странах для этого созданы специальные законы. Например, можно запретить изменение характера использования земли (нельзя, скажем, превращать пашню в место для завода, коттеджного поселка или свалки ядовитых отходов).

В завершение знакомства с особенностями функционирования рынка земли отметим два важных обстоятельства.

Во-первых, говоря о рынке земли, необходимо помнить, что это рынок производного спроса. Спрос на землю зависит от спроса на те товары или услуги, для создания которых нужно иметь возможность использовать определенный участок земли. И если в пьесе А.П. Чехова «Вишневый сад» Лопахин покупает поместье с этим садом для строительства там дач, то причины тому очевидны: он обнаружил возросший спрос горожан на услуги в области организации отдыха. И это дает ему

возможность заплатить за участок с садом высокую цену — он уверен, что окупит эти расходы.

В силу производности спроса цена одного и того же участка земли может сильно колебаться, а потому величина земельной ренты не всегда растет. При определенных условиях она может и упасть.

Во-вторых, следует различать понятия *земля* и *полезное пространство*. Новое полезное пространство получить намного легче, чем увеличить размеры земли.

Так, если на месте двух соседних одноэтажных домов возвести многоэтажный небоскреб, то размер земельного участка останется прежним. Но полезное пространство при этом намного увеличится, так как оно равно произведению площади этого участка на число этажей. Следовательно, объем предлагаемого пространства весьма эластично реагирует на цену, которую покупатели готовы за такое пространство заплатить. Именно этим экономическим обстоятельством и объясняется в конечном счете рождение такого архитектурного явления, как массовое высотное строительство (рис. 18.9), позволяющее смягчить экономические последствия дороговизны земли. И напротив, бесплатность земли стала одним из факторов распространения в СССР малоэтажного строительства.

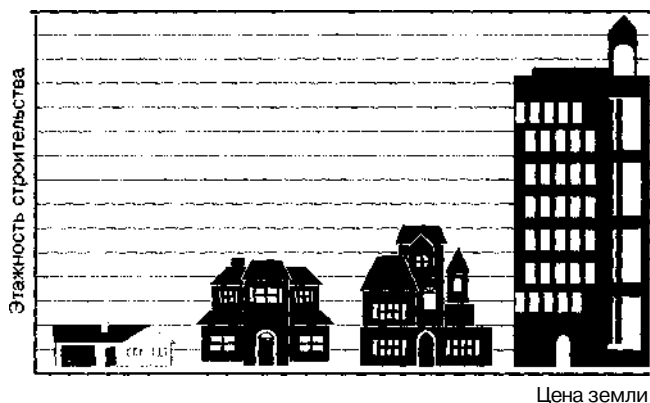


Рис. 18.9. Зависимость этажности строительства от цены земли

В то же время характерной чертой пейзажа Токио или нью-йоркского района Манхэттен являются небоскребы со многими десятками этажей: ведь земля здесь баснословно дорога. Та же логика привела сегодня к расцвету высотного строительства в Москве: уж слишком дорога стала московская земля.

§ 68. Рынок природных ресурсов

Россия — страна, наделенная обширными природными ресурсами. И хотя немалую часть этих ресурсов мы уже использовали, но и сегодня их продажа является важнейшим источником доходов как граждан, так и государства. Вот почему важно понимать, как работает рынок природных ресурсов, какие закономерности на нем действуют и как нашему государству следует формировать свою политику в области использования этих ресурсов.

Чтобы исследование было научно корректным, стоит сразу же разобраться в том, какие виды природных ресурсов выделяет экономическая наука. Эта классификация показана на рис. 18.10.



Рис. 18.10. Виды природных ресурсов

Как видим, любой вид природных ресурсов может быть отнесен к одной из двух главных категорий:

- 1) возобновляемые ресурсы;
- 2) невозобновляемые ресурсы.

Классическим примером возобновляемого ресурса является лес. Если его вырубать, то со временем вырубки снова зарастут (даже если не заниматься лесопосадками специально).

Возобновляемые ресурсы — производственные ресурсы, которые могут быть восстановлены в силу природных процессов в обозримой перспективе (не более 1—2 поколений) и потому потенциально способны существовать на Земле вечно.

Однако возобновляемость таких ресурсов, как лес, чистая вода, рыба, пушной зверь, нельзя абсолютизировать. Дело в том, что способности природы к воспроизводству ресурсов не безграничны.

Если масштабы утилизации воспроизводимых ресурсов (сектор, обозначенный на рис. 18.10 как «Потребление») слишком расширяются, то восстановительных способностей природы может и не хватить, чтобы компенсировать использованные людьми ресурсы. Именно на это обстоятельство указывает математический символ «больше или равно» между обозначениями «Природное воспроизводство» и «Потребление». Он показывает, что масштабы потребления воспроизводимых ресурсов не должны превышать возможности природы компенсировать их убыль.

Например, при правильном соотношении вырубки леса и его посадки любое лесопромышленное хозяйство (леспромхоз) может работать вечно. Но если годовая вырубка леса превосходит годовой прирост древесной массы на лесопосадках, то в конце концов лесорубы останутся без работы. Именно это произошло во многих районах России. Так, Вологодская область всегда была в нашей стране одним из важных районов заготовки высококлассной хвойной древесины. Но поскольку во времена планово-командной системы лесорубы поощрялись только за объем заготовленной древесины, то баланс вырубки и лесопосадки здесь был нарушен. И сегодня на Вологодчине лесорубам остается заготавливать только второсортную лиственную древесину — хвойных лесов хозяйственного значения здесь почти не осталось.

Еще более аккуратно надо обращаться с **невоспроизводимыми ресурсами**, т. е. теми природными богатствами, потраченный объем которых природными процессами не восстанавливается. Это относится практически ко всем видам минерального сырья: нефти, газу, углю, рудам металлов, запасам солей. Единственное, что сумели здесь придумать люди, — это научиться восстанавливать некоторые виды ресурсов для повторного использования в хозяйственной деятельности.

Невоспроизводимые ресурсы — производственные ресурсы, предложение которых абсолютно фиксировано и которые, в случае их потребления, не могут восстановиться в обозримой перспективе.

Именно поэтому на рис. 18.10 невоспроизводимые ресурсы разделены на две группы:

- 1) невозвратные ресурсы;
- 2) возвратные ресурсы.

Невозвратные ресурсы — это, прежде всего, топливо, которое при использовании просто сгорает, отдавая содержащуюся в нем энергию. К этой же категории можно отнести фосфор и калийсодержащие руды, из которых изготавливают минеральные удобрения. После внесения в почву эти удобрения растворяются и восстановить их уже невозможно.

Невозвратные ресурсы — природные ресурсы, которые уничтожаются в процессе потребления, а потому не могут быть восстановлены для их дальнейшего использования.

Возвратными же являются такие ресурсы, как металлы (железо, медь, золото и др.), бумага и картон, резина, а также пластмассы.

Возвратные ресурсы — природные ресурсы, которые после использования могут быть ценой определенных затрат и обычно с некоторыми потерями в объеме восстановлены для их дальнейшего использования.

С помощью специальных технологий их можно снова восстановить и использовать для изготовления новых благ (например, после обработки фотопленки из реактивов можно извлечь серебро и снова использовать его для нужд промышленности фотопринадлежностей). В мире существуют целые отрасли по сбору возвратных ресурсов и их переработке (от англ. *recycling*).

Уже сейчас на многих зарубежных товарах, продающихся в России, можно найти указание, что бумажная упаковка для них изготовлена из рециклированной бумаги. Такое указание отражает желание фирм понравиться покупателям, которые озабочены охраной окружающей среды и требуют от правительств и фирм максимального использования возвратных ресурсов.

Деятельность отраслей по утилизации возвратных ресурсов обеспечивает решение сразу двух задач:

- 1) *снижение стоимости ресурсов*: так, сталь из металлолома обычно обходится дешевле, чем из первичных руд, которые еще надо добыть;
- 2) *предотвращение загрязнения окружающей среды*, например ржавеющими остовами машин, оборудования и металлоизделий. Это особенно важно для России, северные и дальневосточные районы которой замусорены, в частности, огромным количеством металлических бочек, в которых туда завозили топливо.

Все эти особенности рынка природных ресурсов прямо влияют на формирование на нем спроса и предложения, а в конечном итоге — рыночной цены природных ресурсов. Чтобы нам было проще разобраться в этих проблемах, обратим внимание прежде всего на две разные категории, а именно:

- 1) **запас ресурсов;**
- 2) **поток ресурсов.**

Запас ресурсов — это такой их объем, который существует в природе (например, находится в месторождениях на территории данной страны), а для возвратных ресурсов включает еще и количество ресурсов,

которые уже использованы, но пригодны для вторичной переработки. Запас ресурсов — явление объективное и от хозяйственной деятельности людей почти не зависит. Если в недрах страны, скажем, нет нефти, то сколько ни тратить денег на геологоразведку, фонтаны «черного золота» все равно не забьют.

Иное дело — поток ресурсов, т. е. тот их объем, который реально вовлекается в хозяйственную деятельность в течение определенного периода времени (например, года). Он может колебаться весьма значительно: от нуля (когда использование ресурса вообще прекращается) до объема, максимально возможного при существующих технологиях.

Следовательно, на рынке природных ресурсов спрос и предложение рассматриваются применительно к запасу ресурсов и отдельно — к потоку ресурсов.

Предложение запаса природных ресурсов зависит от следующих факторов:

- 1) наличия этих ресурсов в природе данной страны;
- 2) степени использования ресурсов в прошлом;
- 3) результатов геолого-разведочных работ — если в стране еще есть необследованные на полезные ископаемые районы (для России это вполне значимо).

Для возвратных ресурсов фактором формирования предложения запаса ресурсов служит еще и цена первично добытых ресурсов. Чем она выше, тем более выгодными обычно становятся сбор и вторичная переработка ранее использованных ресурсов.

А от чего зависит спрос на запас природных ресурсов, т. е. чем определяется объем ресурсов, который граждане или фирмы хотят приобрести в собственность?

Главный фактор здесь тот же, что и для всех остальных благ, а именно польза, которую владелец может получить от принадлежащего ему запаса природных ресурсов. Эта польза может быть самой различной. Например, состоятельный человек в стране с полноценно развитым рынком земли может купить несколько гектаров леса. И если этот лес не относится к категории заповедных территорий, то дальше он может делать с ним что угодно.

Если для него понятие пользы сводится к охоте, то он превратит этот лес в мини-заповедник и будет там бродить с ружьем. Если для него понятие пользы сводится к получению дохода, то он либо срубит лес и пустит древесину на изготовление мебели, либо возведет там центр отдыха и начнет сдавать номера за плату.

Допустим, владелец запаса природных ресурсов покупает его ради получения дохода. Он это делает в том случае, если такая покупка сулит принести доход больший, чем другие варианты инвестирования имеющихся сбережений. Представим график спроса на запасы природных ресурсов следующим образом (рис. 18.11).

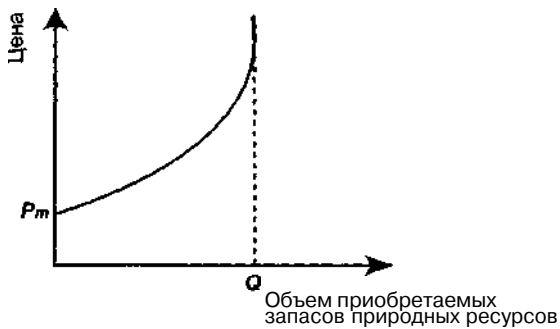


Рис. 18.11. Формирование спроса на запасы природных ресурсов

Как видно на рисунке, поскольку доход владельца запасов природных ресурсов зависит в конечном счете от цены, по которой он сможет продать в будущем ресурсы, купленные сегодня, то спрос на них станет возрастать по мере роста ожиданий относительно будущего повышения цен (пока не достигнет физического предела имеющихся запасов — уровня Q). Обратим внимание на то, что отличным от нуля этот спрос становится лишь при некоторой цене P_m . Это та ожидаемая в будущем цена ресурсов, при которой их продажа принесет доход больший, чем при других доступных сегодня вариантах инвестирования сбережений.

Посмотрим теперь, как формируется ситуация на рынке потоков природных ресурсов, поскольку именно здесь рождается та цена, по которой эти ресурсы приобретаются фирмами для конечного использования.

Спрос, который фирмы при этом предъявляют, является производным: он зависит от ситуации на рынках товаров, для производства которых эти ресурсы нужны. Определяя свой спрос, покупатели (будь то отдельные лица или фирмы) взвешивают, сопоставляют ту цену, которую надо уплатить за право использования природного ресурса, и ту выгоду, тот доход, которые они при этом получают.

Соответственно спрос на рынке потоков природных ресурсов (для простоты мы будем называть его далее просто рынком природных ресурсов) графически можно представить следующим образом (рис. 18.12).

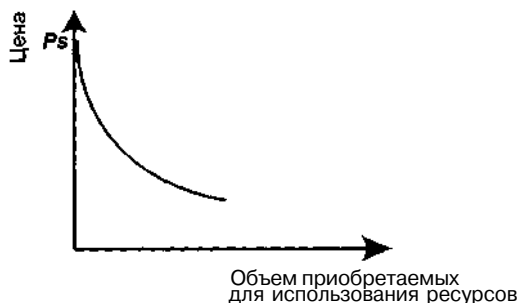


Рис. 18.12. Формирование спроса фирм и граждан-пользователей на рынке природных ресурсов

Обратим особое внимание на то, что кривая спроса сигнализирует о возможности падения величины спроса до нуля при определенном уровне цены — назовем его «стоп-ценой» (P_s — от англ. *stop price*).

Но ведь без природных ресурсов невозможно осуществление никакой производственной деятельности, и фирмы, казалось бы, будут вынуждены покупать ресурсы по любой, сколь угодно высокой цене, перекладывая затем затраты на покупателей.

Однако реально такое развитие событий возможно только на полностью монополизированном рынке (например, именно так обстояли все-гда дела в планово-командной системе СССР).

Но в нормально организованной рыночной экономике, где существует конкуренция, рост цен на природные ресурсы имеет пределы — при достижении «стоп-цены» покупка данного вида природных ресурсов прекращается. Дело в том, что для всякого ресурса можно найти заменитель, если сложившиеся соотношения цен это экономически оправдывают. Например, раз только из нефти можно изготовить бензин и дизельное топливо, необходимые каждый день для десятков миллионов машин, этот природный ресурс может показаться совершенно незаменимым. На самом деле это совсем не так: двигатели внутреннего сгорания могут работать и на альтернативных видах топлива — на газе и спирте (спирт является преобладающим видом топлива в некоторых латиноамериканских странах, где его производство дешевле закупок нефти или бензина на мировом рынке).

Поэтому владельцы запасов природных ресурсов не могут бесконечно повышать цену, по которой они предлагают эти ресурсы к продаже. Но во всех случаях они будут стремиться ее повысить каждый год. Ло-

гика их поведения проста: им надо, чтобы прирост цены обеспечивал доход не меньший, чем помещение денег в банк.

Зная это, мы можем нарисовать окончательную картину формирования цены природных ресурсов для фирм и граждан-пользователей (рис. 18.13).

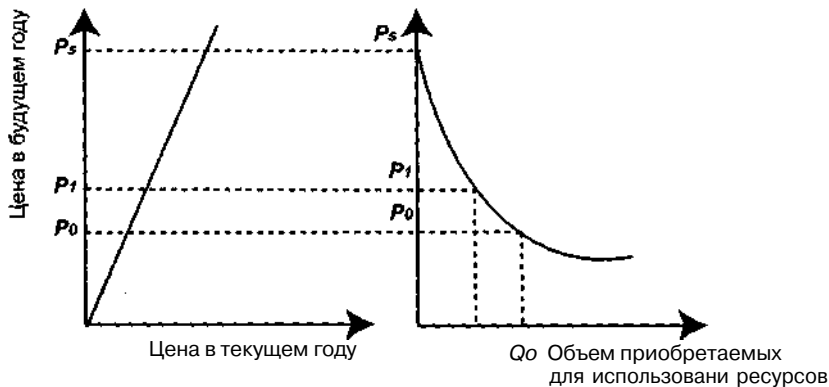


Рис. 18.13. Формирование цены природных ресурсов и их потоков на рынке, где покупателями выступают фирмы и граждане-пользователи

На левом графике показано, как будут расти цены, по которым владельцы запасов природных ресурсов согласятся их продавать. Подъем этой кривой вверх тем круче, чем выше ставки доходности по конкурирующим формам инвестирования. Проще говоря, чем выше ставка по сберегательным вкладам в банках, тем выше станет и годовой темп прироста цен на природные ресурсы, иначе владельцы этих ресурсов проиграют гонку с банковскими вкладами.

На правом графике видно, как будет сокращаться годовой объем потребления (поток) ресурсов при росте цены на них. Чем выше цена ресурсов, тем меньший их поток фирмы и граждане согласны приобрести. Если при цене P_0 покупатели были готовы приобрести ресурсы в объеме Q_0 (т. е. именно таким был поток ресурсов), то при цене P_1 покупатели приобретут поток ресурсов в размере лишь Q_1 .

При этом ситуация на рынке будет зависеть еще и от того, сколько осталось доступных для использования ресурсов. Если их меньше, чем готовы были бы приобрести при такой цене пользователи, то физические границы потребления окажутся уже экономических.

В результате возникнет дефицит природных ресурсов, что станет для владельцев этих ресурсов сигналом для повышения цен на них. Но по-

вышение цен вызовет сокращение величины спроса, и физические границы потребления сравниваются с экономическими: покупатели готовы будут приобрести ресурсов не больше, чем физически их может быть предложено на рынок при оставшихся запасах этих ресурсов.

Теперь мы можем подробнее обсудить одну из самых спорных проблем российской экономической политики: нужно ли нашей стране продавать природные ресурсы или лучше законсервировать их для следующих поколений?

Впрочем, эта проблема вообще широко обсуждается в мире. Многие публицисты, политики и экологи считают, что столь огромные масштабы потребления природных ресурсов, каких требует нынешняя мировая экономика, в конце концов приведут человечество к страшной катастрофе: ресурсы иссякнут, и вся мировая экономика рухнет подобно самолету, у которого в воздухе кончилось горючее.

Однако экономическая наука учит трезво оценивать возможное развитие событий.

Обратим внимание на несколько основных обстоятельств.

1. Если использование природных ресурсов регулируется чисто рыночными механизмами, то убывание запасов этих ресурсов приведет к росту цен на них. А это в свою очередь заставит фирмы и людей искать новые — более экономичные — технологии и способы использования ресурсов. В итоге мировая экономика постепенно приспособится к убывающему потоку истощающихся ресурсов определенного вида. И в конце концов научится вообще обходиться без них, найдя заменители.

О том, насколько реально и мощно «ресурс изобретательности» противостоит ограниченности и убыванию природных ресурсов, наглядно свидетельствуют события на мировом рынке серебра в начале ноября 1993 г.

Толчком к этим событиям послужило заявление корпорации «Ксерокс» о том, что ее учеными и инженерами создана новая бессеребряная технология фотографии, обеспечивающая получение высокого качества изображений.

Если учесть, что на фотографические изделия тратится до 40% всего мирового потребления серебра, то нетрудно понять, что новая технология «Ксерокса» означает резкое падение потребности в этом драгоценном металле и спроса на него (по экспертным прогнозам, не менее чем на 1098 т в год).

Именно в силу этого уже в первые дни после объявления о новинке «Ксерокса» биржевые цены на серебро резко упали: с 4,38 до 4,21 доллара за унцию, т. е. на 4% (при обычном масштабе колебаний цен не более 0,34%).

Представим теперь страну, которая сознательно придерживала разработку больших месторождений серебра, чтобы и будущие поколения

могли хорошо заработать на продаже редкого металла. Можно ли теперь сказать, что ее экономическая политика разумна?

2. Идеи сокращения добычи и экспорта природных ресурсов из России могли бы показаться разумными при наличии уверенности, что такая политика выгоднее продажи ресурсов сегодня.

Но такие ожидания оправдываются лишь в случае роста цен на природные ресурсы в будущем. Причем этот рост должен происходить с годовым темпом, более высоким по абсолютной величине, чем годовые ставки доходности по другим направлениям инвестирования.

Скажем, если проанализировать изменения цен на нефть на мировом рынке, то мы бы обнаружили, что цены этого важнейшего для России экспортного товара постоянно и сильно колеблются: то повышаясь — к нашей радости, то падая — к нашему огорчению.

Если с 1972 по 1979 г. цены возросли почти в 8 раз, то за период 1979—1986 г. они упали более чем в 5 раз и, за исключением всплеска в 1990 г., до середины 90-х годов больше уже существенно не повышались. Иными словами, лишь в теории для владельца природных ресурсов возможна ситуация постоянного роста цен на его собственность с темпом, превышающим уровень доходности иных инвестиций. На практике случается всякое.

Причиной являются, прежде всего, колебания спроса на ресурсы, изменения в объемах их предложения, а также освоение достижений научно-технического прогресса. Так, вышеупомянутый рост цен 70-х годов в результате резко возросшего потребления нефти в развитых странах мира заставил начать поиски способов экономии этого природного ресурса.

Это привело к созданию эффективных технологий сбережения энергии и развитию ветровой энергетики. И сегодня, например, в Голландии на каждой ферме стоит собственный маленький ветрячок. Он сконструирован столь эффективно, что позволяет не только полностью покрывать нужды высокомеханизированной голландской фермы в электричестве, но и продавать избытки электроэнергии в общенациональную энергетическую систему. И теперь голландскому фермеру — продавцу не только цветов, молока и овощей, но и электричества — уже не навяжешь ускоренный рост цен на нефть и соответственно на дизельное топливо и мазут. Если такой рост снова произойдет, то фермер сделает последний шаг на пути к полной независимости от нефтяных монополистов — поставит на свой трактор электродвигатель.

Вот почему отказ от использования природных ресурсов и их экспорта сегодня может завтра и не окупиться — ресурсы не удастся продать вообще или доход от будущих продаж не окупит доходы, упущенные за период воздержания от использования.

3. Уход России с мировых рынков природных ресурсов, например с рынка нефти, приведет к сокращению предложения. А это вызовет рост цен, а значит, и доходов оставшихся на рынке экспортеров. К их числу относятся и так уже чрезвычайно богатые государства (например, Великобритания и страны арабского Ближнего Востока). Иными словами, политика «упрятивания» природных ресурсов в «клады для будущих поколений россиян» приведет сегодня к перераспределению доходов от россиян к жителям других богатых ресурсами стран.

Обосновать разумность такого шага можно было бы тем, что, когда будущие поколения россиян решат, наконец, распечатать свои клады и вновь выйдут на мировой рынок, остальные страны уже израсходуют свои ресурсы. И тогда наши потомки получат столь большие доходы, что это перекроет для страны все потери из-за воздержания от потребления.

К сожалению, и это маловероятно. Дело в том, что Россия далеко не единственный и даже не крупнейший владелец природных ресурсов (в частности, нефти и газа). Поэтому наше успешное воцарение на мировых рынках в будущем совсем не гарантировано.

Быстрый рост цены российской нефти за последние годы уже заставил активизировать поиски альтернатив, например, Узбекистан. Была начата добыча нефти на собственных месторождениях этой страны, созданы нефтеперерабатывающие заводы и т. д. Это стало выгодным, так как из-за удорожания российской нефти собственная нефтепродукция оказалась дешевле. И уже с 1996 г. Узбекистан полностью прекратил импорт нефти из России. Что это означает, легко понять, если учесть, что в 1994 г. мы продали только в эту среднеазиатскую страну 3 млн т нефти, а во все вместе взятые страны дальнего зарубежья — лишь 92 тыс. т.

Поэтому для стран, обладающих большими запасами природных ресурсов, главной задачей является вовсе не проведение политики «собаки на сене» с целью сбережения ресурсов для будущих поколений. Куда важнее обеспечить рациональное использование на благо этих поколений нынешних доходов от утилизации (в том числе и экспорта) ресурсов. Эти доходы надо обратить на создание современной промышленности и других отраслей, которые смогут обеспечить нам и нашим потомкам высокий уровень жизни и тогда, когда кончатся дарованные России природой запасы невозпроизводимых природных ресурсов.

Основные выводы

1. Основой формирования рынка земли является возможность свободно осуществлять на нем сделки купли-продажи. Это требует сведения до минимума ограничений на право частной собственности на земли сельскохозяйственного и любого иного назначения (например, до-

пустимо требование сохранения сельскохозяйственного характера использования земель с наиболее высоким плодородием или имеющих водоохранное значение). Ограничения на право частной собственности по отношению к сельскохозяйственным угодьям стали сегодня тормозом для развития российского сельского хозяйства и экономики в целом. Из-за этого невозможно перераспределение земель в пользу тех, кто способен распорядиться ими наиболее эффективно. По этой же причине не развивается ипотечное кредитование, и сельскохозяйственные фирмы не могут получить кредиты в коммерческих банках.

2. Основной особенностью рынка земли является неэластичность предложения по цене — предложение фиксировано и определяется физической площадью земель, имеющихся в данном районе или в стране в целом. Поэтому цена земли, которая носит специальное название — рента, формируется по-особому, а доходы собственников земли (равно как и других не поддающихся увеличению в объеме ресурсов) называются рентным доходом. Поэтому увеличение спроса на землю не ведет к росту величины ее предложения, возрастает лишь рента. Верхняя граница ренты определяется тем, какую выгоду могут получить от использования земель ее владельцы. Для сельскохозяйственных земель эта выгода зависит от плодородия почв и местоположения участков, для земель несельскохозяйственного пользования — от местоположения участков и степени их подготовленности к использованию. Несельскохозяйственные пользователи менее стеснены ограниченностью земель, так как им важно то полезное пространство, которое можно создать на этой земле. А оно легко поддается увеличению за счет строительства многоэтажных зданий.

3. Все разнообразие природных ресурсов можно разбить на две группы: воспроизводимые и невозпроизводимые. Используя воспроизводимые ресурсы, необходимо следить за тем, чтобы объем утилизации не превышал восстановительных возможностей природы. В противном случае эти ресурсы могут сократиться в объеме и даже исчезнуть вообще. Невоспроизводимые ресурсы в свою очередь разделяются на невозвратные и возвратные. Последние могут быть повторно утилизированы, что требует дополнительных затрат. Рынок природных ресурсов включает два тесно взаимосвязанных сектора: рынок запасов и рынок потоков. На рынке запасов продаются и покупаются запасы природных ресурсов (месторождения, леса и т. д.). На рынке потоков продаются и покупаются те объемы ресурсов, которые необходимы фирмам и гражданам для удовлетворения их коммерческих и личных нужд. Рынок потоков устроен таким образом, что он экономически регулирует степень использования природных ресурсов: по мере истощения их запасов цена ресурсов возрастает.

ет. Это заставляет фирмы и граждан искать более экономичные способы использования ресурсов или прибегать к заменителям.

Контрольные вопросы

1. Какие земли в России являются объектом неограниченного права частной собственности?

2. Почему отсутствие возможности свободного перераспределения земель мешает созданию эффективного сельского хозяйства?

3. В силу какой экономической закономерности немецкие фермы с большей площадью земель достигают лучших результатов, чем фермы с маленькой площадью угодий?

4. Почему экономическая наука сочла необходимым ввести особый термин для обозначения цены земли — источника доходов ее владельцев?

5. Почему прокладка асфальтированного шоссе выгодна владельцам расположенных рядом земель?

6. Почему полноправный собственник земли заинтересован в повышении ее плодородия, а временный пользователь может и не обращать на это внимания?

7. К какой категории природных ресурсов относятся следующие их виды: а) золото; б) алмазы; 3) минеральная вода?

8. В чем разница между потоком и запасом природных ресурсов?

9. Зависимость между ценой природных ресурсов и ставкой процентного дохода по банковским вкладам носит следующий характер: чем выше банковская ставка, тем ниже цена ресурсов сегодня и тем быстрее она, вероятно всего, будет расти в будущем. Почему это так?

Вопросы для обсуждения

1. По мнению многих зарубежных экономистов, кризис неплатежей в российской экономике был неизбежен, так как отечественные предприятия не пользуются главной формой кредитования фирм за рубежом — кредитованием под залог земельных участков и другой недвижимости (ипотечным кредитованием). В чем причина нераспространенности такой практики в нашей стране?

2. Зарубежные фирмы по операциям с недвижимостью обычно рекомендуют своим клиентам покупать дома и участки в курортных районах. Чем объясняются эти рекомендации с экономической точки зрения?

3. В России немало богатейших месторождений полезных ископаемых, разрабатывать которые экономически невыгодно. Как объяснить, с чем это связано и при каких условиях эти месторождения могут быть вовлечены в хозяйственный оборот?

РАЗДЕЛ II.

МАКРОЭКОНОМИКА

ГЛАВА 19.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ

Уровень безработицы равен 100%,
если безработный — это вы.

Аноним

Во многих российских городах (особенно малых) и поселках городского типа главной экономической проблемой сегодня стала безработица. Человек и готов трудиться, да особенно и негде. Почему возникает такая ситуация, почему столь важный производственный ресурс — труд вдруг оказывается невостребованным и многие выпускники школ тщетно ищут место, где можно было бы заработать себе на жизнь?

§ 69. Что такое безработица

Чем определяются численность работников, занимающихся определенным видом деятельности, и уровень их заработной платы — это вопросы, относящиеся к сфере микроэкономики. Ответ на них дает изучение закономерностей функционирования рынка труда.

Но с трудовой деятельностью связана и одна из проблем макроэкономики — проблема безработицы.

Безработица — ~~наличие~~ в стране людей, которые способны и желают трудиться по найму ~~при~~ сложившемся уровне оплаты труда, но не могут найти работу по своей специальности ~~или~~ трудоустроиться вообще.

Безработицу относят к макроэкономическим проблемам потому, что она:

- 1) порождается процессами, происходящими в масштабах всей экономики страны;
- 2) сама оказывает влияние, ощущаемое в масштабах всего хозяйства страны.

Практически невозможно найти в мире страну, где нет той или иной разновидности безработицы. И Россия — не исключение. Угроза безработицы всегда стоит за плечами любого наемного работника, и надо представлять, откуда она возникает, сколь длительной может быть и как с ней бороться.

Для анализа проблем безработицы необходимо прежде всего четко определить, кого следует считать безработным. Критерии признания человека безработным обычно устанавливаются законом или правительственными документами и могут немного различаться по странам. Но, как правило, несколько признаков присутствуют во всех определениях. Это:

- *трудоспособный возраст*, т. е. человек должен быть старше минимального возраста, с которого законодательство разрешает работать по найму, но младше возраста, по достижении которого назначается пенсия по старости. Следовательно, подростки до трудоспособного возраста или мужчины старше 60 лет и женщины старше 55 лет (в России) не могут считаться безработными, даже если они хотят работать, но не могут найти место;
- *отсутствие у человека постоянного источника заработка* в течение некоторого времени (например, месяца);
- *доказанное стремление человека найти работу* (например, обращение его в службу занятости и посещение тех работодателей, к которым его направляют на собеседование сотрудники этой службы).

Только тот, кто отвечает этим признакам, считается действительно безработным и учитывается при определении общего уровня безработицы в стране, т. е. доли безработных в общей численности ее рабочей силы. Этот показатель определяется следующим образом:

Уровень безработицы		Число безработных Численность рабочей силы	
Число безработных	Число граждан, имеющих работу	Число безработных'	

Исходя из этого мы можем теперь дать новое, более точное определение термина «рабочая сила».

| Рабочая сила — общая численность граждан страны в трудоспособном возрасте, которые имеют работу, и граждан, которые нашли работу для себя не могут.

Как показывает табл. 19.1, безработица — одна из наиболее болезненных проблем даже для самых развитых стран.

Острота проблемы безработицы порождается рядом причин.

Во-первых, человек — экономический ресурс особого типа. Если он сейчас не востребуется экономикой, его нельзя зарезервировать и «положить в холодильник» до лучших времен. Потерянное рабочее время

невосстановимо, и тот объем благ, который не был сегодня произведен из-за безработицы, уже нельзя компенсировать в будущем.

Во-вторых, даже если человек не работает, он не может перестать потреблять и ему все равно нужно кормить свою семью. Поэтому общество вынуждено искать средства для спасения безработных от голодной смерти или от превращения их в бандитов. Но направляемые на это средства не становятся вознаграждением за производство новых благ, а значит, не ведут к дальнейшему росту благосостояния всех граждан страны.

В-третьих, рост безработицы сокращает спрос на товары на внутреннем рынке. Люди, не получающие зарплату, вынуждены довольствоваться лишь самым минимумом средств к существованию. В результате затрудняется сбыт товаров на внутреннем рынке страны (рынок сжимается). Тем самым рост безработицы обостряет экономические проблемы страны и служит толчком для дальнейшего сокращения занятости. Этот порочный круг крайне опасен: с каждым оборотом разомкнуть его становится все труднее.

В-четвертых, безработица обостряет политическую ситуацию в стране. Причиной тому растущее озлобление людей, лишившихся возможности достойно содержать свои семьи и проводящих день за днем в изматывающих поисках работы.

В-пятых, рост безработицы может вести к росту числа преступлений, которые люди совершают, чтобы добыть нужные блага.

Безработица — явление мирового масштаба: по данным Организации Объединенных Наций, безработными являются 800 млн человек.

Таблица 19.1

Уровень безработицы в отдельных странах

(в %)

Год	США	Канада	Япония	Франция	ФРГ	Италия	Великобритания
1985	7,2	10,5	2,6	10,4	7,2	6,0	11,2
1986	7,0	9,5	2,8	10,6	6,6	7,5	11,2
1987	6,2	8,8	2,9	10,7	6,3	7,9	10,3
1988	5,5	7,8	2,5	10,4	6,3	7,9	8,6
1989	5,3	7,5	2,3	9,6	5,7	7,8	7,0
1990	5,5	8,1	2,1	9,4	5,2	7,0	6,4
2000	4,0	6,9	4,7	9,3	8,2	11,4	5,2

§ 70. Виды безработицы

Существуют различные виды безработицы, каждый из которых порождается своими причинами.

Сегодня экономисты предпочитают говорить не о безработице вообще, а выделяя ее специфические виды:

- фрикционная;
- структурная;
- циклическая;
- сезонная.

Фрикционная безработица существует даже в странах, переживающих бурный экономический расцвет. Ее причина состоит в том, что работнику, уволенному со своего предприятия или покинувшему его по своей воле, требуется некоторое время для того, чтобы найти новое рабочее место. Оно должно устроить его и по роду деятельности, и по уровню оплаты, а нередко и по многим другим критериям. Даже если на рынке труда такие места есть, найти их удается обычно не сразу.

Кроме того, на рынке труда всегда существуют безработные, которые ищут работу в первый раз (молодежь, женщины, вырастившие детей, и др.). Такие «новички» также учитываются при определении уровня фрикционной безработицы.

Экономическая наука считает фрикционную безработицу явлением нормальным и не вызывающим тревоги (тем более что обычно она носит кратковременный характер). Более того, фрикционная безработица просто неизбежна в нормально организованной экономике, поскольку в ней отражается свобода выбора людьми места работы.

Что может вести к росту уровня фрикционной безработицы?

Следует выделить несколько основных причин:

1) неосведомленность людей о возможности найти работу по своей специальности и с устраивающим уровнем оплаты в конкретных фирмах;

2) факторы, объективно снижающие мобильность рабочей силы. Например, человек не нашел работу в своем городе, но не может переселиться в другой город, где такая работа есть, из-за неразвитости рынка жилья или отсутствия прописки. Такая ситуация характерна для России, что невыгодно отличает отечественный рынок труда от рынка труда, скажем, США. Американские работники переезжают из города в город безо всяких трудностей благодаря хорошо развитому рынку жилья и отсутствию требования о «прописке» или «регистрации»;

3) особенности национального характера и образа жизни. Фрикционная безработица выше в тех странах, граждане которых предпочита-

ют жить всю жизнь в одном и том же населенном пункте, т. е. отличаются пониженной мобильностью. При таком образе жизни (характерном и для многих россиян) сокращаются перетоки рабочей силы между регионами.

Структурная безработица возникает в результате технического прогресса, сокращающего спрос на работников одних профессий и увеличивающего спрос на работников других профессий. Иными словами, структурная безработица порождается невозможностью трудоустройства из-за различий в структуре спроса и предложения рабочей силы на рынках труда различных профессий.

Такая безработица куда болезненнее для людей, чем фрикционная. Возникновение структурной безработицы означает, что многим людям придется осваивать новые профессии и неизвестно, будут ли они в дальнейшем получать столько же, сколько получали благодаря своей прежней профессии.

Избежать структурной безработицы невозможно. Это связано с тем, что технический прогресс все время рождает новые товары, технологии и даже целые отрасли (к ним, например, относится производство персональных компьютеров, лазерных дисков и волоконной оптики). В результате сильно меняется структура спроса на рабочую силу, а люди с ненужными более в прежнем количестве профессиями оказываются не у дел, пополняя ряды безработных.

Например, ввоз в Россию значительного числа персональных компьютеров привел к отказу от использования больших ЭВМ, для обслуживания которых требовалось много программистов. Вместе с компьютерами из-за рубежа пришло новое «поколение» программных продуктов, позволяющих общаться с машиной без посредника-программиста. Чтобы сохранить или получить работу, программистам старой школы пришлось срочно переучиваться, овладевать новыми языками программирования и новыми пакетами программ.

Изменения в структуре спроса сегодня оказываются все более существенными. Например, в России долго создавались преимущественно вузы для подготовки инженеров, а рынок труда требует сегодня все больше специалистов совсем других профессий. Например, в апреле 2001 г. на московском и санкт-петербургском рынках труда, по данным газеты «Форум карьер» (The Career Forum), требовались специалисты таких профессий, как:

- 1) старший координатор региональных маркетинговых исследований;
- 2) менеджер торговой марки;

- 3) менеджер по рекламе и маркетингу;
- 4) налоговый аналитик;
- 5) главный бухгалтер;
- 6) инженер-проектировщик со знанием систем компьютерного проектирования;
- 7) торговый представитель фармацевтической компании;
- 8) консультант по развитию бизнеса;
- 9) менеджер проекта;
- 10) старший финансовый аналитик;
- 11) аналитик телекоммуникационных систем;
- 12) менеджер по управлению сбором маркетинговой информации.

Структурная безработица, при всей своей болезненности, также может не волновать страну, но лишь в том случае, если общее число свободных мест не уступает числу людей, ищущих работу, хотя и имеющих другие специальности. Если рабочих мест вообще меньше, чем безработных, тогда дело плохо. Это означает, что в стране возникла третья, самая неприятная форма безработицы — циклическая.

Циклическая безработица присуща странам, переживающим общий экономический спад. В этом случае кризисные явления возникают не на отдельных, а практически на всех товарных рынках. Трудности переживает большинство фирм страны, а потому массовые увольнения начинаются почти одновременно и повсеместно. В итоге общее число свободных рабочих мест в стране оказывается меньше числа безработных.

Иногда к категории безработных относят (хотя и не вполне правомерно) **сезонных работников**. Они остаются без работы из-за того, что некоторые виды деятельности могут осуществляться только в определенные периоды года. Наиболее характерным примером являются сельскохозяйственные рабочие, занятые в период уборки урожая, а в остальное время перебивающиеся случайными заработками.

Знакома сезонная незанятость и жителям курортных регионов России, где зимой нет ни отдыхающих, ни доходов от их обслуживания.

Такая незанятость, конечно, порождает определенные проблемы, но в ней нет ничего трагического: придет новый сезон, и с ним вернется работа. Более того, сезонно незанятые люди не вполне подходят под само определение безработного, так как часто не занимаются активным поиском постоянного места работы. Кому-то нравится такой образ жизни, у других нет нужной квалификации или желания ее получить и т. д.

Понять и запомнить разницу между типами безработицы помогает рис. 19.1.

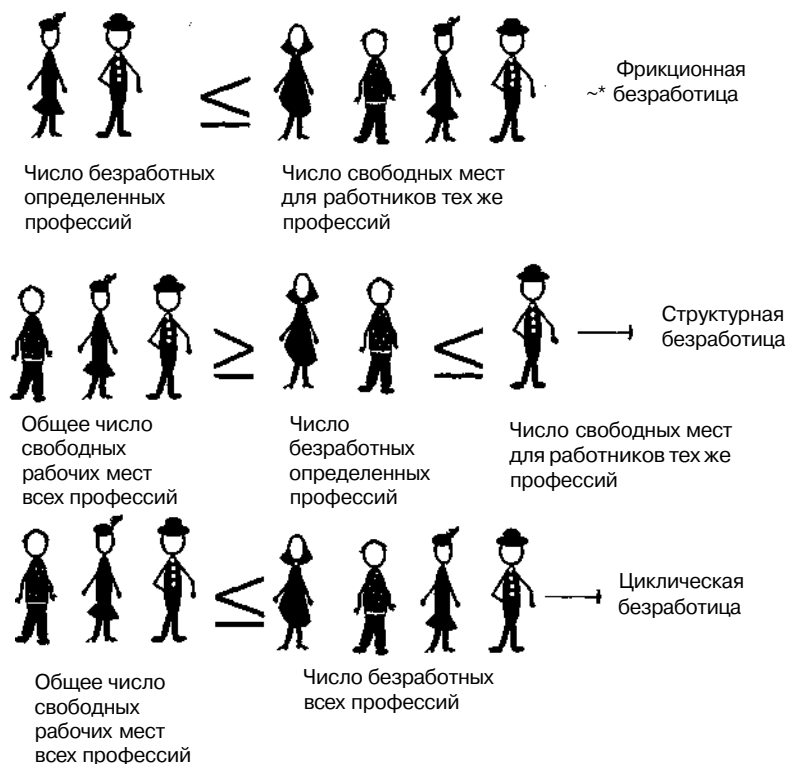


Рис. 19.1. Условия возникновения безработицы различных типов

Для экономики России сейчас характерна структурная безработица, дополняемая безработицей циклической.

Причина заключается в чрезмерном развитии в прошлом отраслей по производству оружия и неконкурентоспособности многих видов отечественных товаров по сравнению с зарубежными. В новой российской экономике предприятия, производящие такую продукцию, оказались ненужными, и над их работниками нависла серьезная угроза безработицы. В то же время отрасли, производящие потребительские товары, хотя и обладают большим потенциалом развития, но не могут этот потенциал реализовать из-за нехватки денежных средств.

Сейчас в нашей стране стало явным весьма специфичное явление, возникшее еще во времена командной системы, — так называемая **неполная занятость**.

Неполная занятость — ситуация, при которой работник формально числится занятым, но заработной платы не получает, так как находится в вынужденном отпуске, или получает лишь часть своей нормальной зарплаты, так как трудится неполный рабочий день.

Наиболее распространенными в России проявлениями неполной занятости являются:

- предоставление работникам неоплачиваемых отпусков;
- введение сокращенного рабочего дня или сокращенной рабочей недели.

Люди, находящиеся в таком положении, формально не стоят на учете в службе занятости и не получают пособия по безработице. Если руководствоваться принятыми в экономической науке критериями, безработными их назвать нельзя. Но по уровню трудовой активности и заработкам они нередко находятся в худшем положении, чем официальные безработные.

Корни нынешней российской неполной занятости уходят во времена командной системы. Именно тогда в нашей стране возникло явление, которое можно обозначить как «скрытая (подавленная) безработица». Поскольку коммунистическая идеология не допускала возможности существования в социалистическом государстве безработицы, численность рабочих мест планировалась так, чтобы возникал даже некоторый их избыток. Недаром на стенах заводов и рекламных щитах в советское время всегда висели объявления типа: «Заводу требуются работники следующих специальностей...»

Формальная ликвидация безработицы была куплена дорогой ценой — поддержанием на предприятиях избыточной численности работников. Что это означало экономически, можно понять с помощью рис. 19.2.

Чтобы разобраться в сути процессов, происходивших в СССР в сфере занятости населения (рынком труда назвать это было нельзя), надо пояснить, что здесь существовала ситуация **монополии**. А монополистом было государство, которому реально принадлежали все рабочие места и которое диктовало уровень заработной платы.

Монополия — ситуация, возникающая на рынке при наличии только одного покупателя товаров (монополиста), который в силу своего исключительного положения может диктовать всем продавцам условия приобретения этих товаров, и прежде всего их цену.

Будучи монополистом, государство устанавливало заработную плату ниже того уровня, на котором бы смогли настоять работники в условиях свободного рынка. Именно отсюда родился грустный советский афо-

ризм: «Они делают вид, что нам платят, а мы делаем вид, что работаем». Было бы полбеды, если при такой заниженной зарплате предприятия могли бы сами принимать решения о численности работников, сопоставляя доход от продажи продукции, произведенной дополнительно нанятыми работниками, с их заработной платой.



Рис. 19.2. Экономические последствия вмешательства государства в работу рынка труда в условиях командной экономики СССР

Тогда (если исходить из рис. 19.2) численность занятых соответствовала бы величине П1 (вместо П0, которая сложилась бы в условиях свободного рынка труда). На рис. 19.2 это означало бы наем четырех работников, труд которых был сделан выгодным лишь за счет диктата государства-монопсониста (символизирующие их фигурки изображены более светлыми).

Поэтому эти четверо работников реально получали занятость за счет недоплаты другим трудящимся. Так командная система искусственно сокращала безработицу, переводя ее в скрытую форму. Расплачивались за это наиболее продуктивно трудившиеся работники снижением уровня получаемой ими заработной платы.

К сожалению, этим государство не ограничивалось и диктовало предприятиям не только пониженный уровень оплаты, но и завышенное число занятых. На рис. 19.2 этой ситуации соответствует численность занятых на уровне П2.

Обратите внимание, что в диапазоне П1-П2 линия заработной платы проходит выше кривой спроса на труд. Это означает, что труд работников, нанятых сверх величины P_1 , был просто убыточен для хозяйства страны: они получали от общества больше, чем стоила продукция, которую они производили. Расплачиваться за это приходилось уже всем гражданам страны: на компенсацию убытков такого рода шла немалая часть доходов, которые в иной экономической системе могли бы стать основой роста их благосостояния.

Таким образом, все работники, нанятые сверх численности ПО, были исключены из числа безработных искусственно — это и есть скрытая безработица командной экономики. Как только в России начал постепенно формироваться нормальный механизм рынка труда, с одной стороны, а государство уже не могло компенсировать предприятиям убытки от содержания излишнего числа работников — с другой, скрытая безработица начала превращаться в открытую. В России появились официально признанные безработные и люди с неполной занятостью.

Формальная ликвидация безработицы была куплена дорогой ценой — поддержанием на предприятиях избыточной численности работников. Сегодня российские предприятия просто уволить избыточных работников не всегда могут или не хотят. Дело, в частности, в том, что после увольнения работников закон предусматривает перечисление службе занятости их заработной платы в течение нескольких месяцев. Это позволяет платить безработным пособие в течение некоторого времени, пока они ищут работу.

Но у многих предприятий просто нет денег на такие выплаты, и дешевле оказывается не увольнять работника, а держать его в состоянии скрытой безработицы. Кроме того, нередко россияне стесняются быть «безработными» и предпочитают где-то «числиться», даже ценой отказа от помощи со стороны службы занятости.

Так гласит закон

В России рынок рабочей силы регулируется законом **«О занятости населения в РСФСР»**, принятым в апреле 1991 г.

Этот закон устанавливает, что:

- каждый гражданин вправе абсолютно свободно распоряжаться своими способностями к производительному и творческому труду, а потому никто и ни в какой форме не может принуждать его к труду или наказывать за незанятость;
- безработным считается гражданин, который не имеет работы и заработка, зарегистрирован в службе занятости в целях поиска подходящей работы и готов приступить к ней, если рабочее место для него будет найдено;
- предлагаемая безработному работа не может считаться для него подходящей, если она требует перемены места его жительства без его согласия, а предлагаемый заработок ниже среднего заработка на прежнем месте его работы;
- граждане России имеют право работать за рубежом и искать там работу;
- для помощи безработным создается Государственный фонд занятости населения, в который все работодатели обязаны ежемесячно отчислять средства в размере, составляющем 1% общей суммы средств, расходуемых на заработную плату в этом месяце;
- безработные имеют право на получение пособия по безработице, определяемого как часть оплаты их труда на последнем месте работы, но не ниже минимальной заработной платы; пособие устанавливается и для молодежи, впервые ищущей работу;
- пособие по безработице выплачивается не более 12 месяцев с момента потери работы;
- помощь в поиске работы оказывают службы Государственного комитета по занятости.

§ 71. Что такое полная занятость

Ответ на вопрос: «Можно ли победить безработицу полностью?» — зависит от того, что понимать под такой победой, а точнее, какой смысл вкладывается в слово «полностью».

Если полагать, что победить безработицу полностью — значит добиться, чтобы в любой момент времени все трудоспособные граждане страны где-то работали, то такая задача может быть решена лишь очень дорогой ценой.

Именно такой печальный опыт имеет наша страна. До последнего времени в России, как и во всем бывшем СССР, трудовые отношения строились по особым правилам:

- 1) каждый имеет право на труд;
- 2) каждый обязан трудиться;
- 3) тот, кто не работает без уважительной причины, подлежит уголовному наказанию (именно по этой статье Уголовного кодекса, например, был отправлен в ссылку молодой поэт Иосиф Бродский — будущий лауреат Нобелевской премии по литературе. Он не смог убедить судей, что труд поэта — тоже работа, хотя его трудовая книжка и не лежит в отделе кадров одного из заводов);
- 4) человек, который часто меняет место работы и специальности, заслуживает только презрения, а уважения достоин только тот, кто всю жизнь проработал на одном месте;
- 5) самые дефицитные блага (жилье, автомобили, садовые участки) могут получить только те, кто отработал на одном месте 10, 15 и более лет.

Что может сказать экономист о таком регламентировании рынка труда?

Право на труд без всякой дискриминации — одно из главных прав личности, признаваемое во всех цивилизованных странах. Но остальные из перечисленных правил «советского кодекса труда» антидемократичны и экономически вредны. Именно такая организация рынка труда привела к тому, что СССР дважды «проспал» научно-технические революции XX в. и подошел к XXI в. с устаревшей структурой производства. Последствия этого ныне пожинают как Россия, так и другие бывшие республики СССР.

Изучая проблемы безработицы, экономическая наука пришла к выводу: фрикционная и структурная безработица — явление нормальное и не представляет угрозы для развития страны. Более того, без этих видов безработицы развитие просто невозможно. Ведь если все работники заняты, то как создавать новые фирмы или расширять производство товаров, которые пользуются на рынке повышенным спросом?

Кроме того, наличие безработицы заставляет людей опасаться потери своего рабочего места и побуждает их трудиться более продуктивно и качественно. С этих позиций безработицу вполне можно назвать стимулом к лучшей работе (в Древнем Риме, где родилось слово «стимулус», им обозначали заостренную палку, которой выучных ослов кололи в спину, чтобы они шли быстрее). Вот почему под полной занятостью в большинстве развитых стран мира понимают отсутствие циклической безработицы при существовании безработицы фрикционной и структурной. Иначе говоря, это такое положение, когда безработица в стране соответствует своей **естественной норме**.

Соответственно уровень полной занятости определяется уравнением:

$$\text{Полная занятость} = \frac{\text{Рабочая сила}}{\text{Естественная норма безработицы}} \times 1 - \text{Естественная норма безработицы}.$$

Для каждой страны естественная норма безработицы складывается по-своему, и единого значения для нее не существует. Например, в середине 70-х годов американские экономисты считали, что для их страны эта норма составляет порядка 4%. В середине 80-х годов эти оценки возросли до 6,5—7,0%.

Какова естественная норма безработицы для России?

Сегодня некоторые из отечественных специалистов по аналогии с другими странами оценивают этот уровень ориентировочно в 3—3,5% общей численности трудоспособного населения. Между тем в 2000 г. безработными (при оценке по принятым во всем мире правилам) в России было 11,7% экономически активного населения. Это несколько больший уровень, чем, скажем, существовал в 1990 г. в Канаде, но меньший, чем сложился в тот же период во Франции.

Большая часть нынешних российских безработных — это мужчины (55%). Средний возраст безработного в нашей стране сейчас примерно 34 года, но растет доля тех, кому от 22 до 39 лет. В группе моложе 20 лет без работы сейчас каждый пятый.

Наиболее высокий уровень безработицы сейчас в Ивановской области. Здесь из-за тяжелейшего кризиса главной отрасли региона — легкой промышленности — без работы остался каждый третий. А в таких регионах, как Северная Осетия, Владимирская область, Астраханская и Брянская области, уровень безработицы достиг 10—14% численности трудоспособного населения.

Все это говорит о том, что экономические болезни, унаследованные Россией от командной экономики СССР, крайне тяжелы и излечить их будет очень непросто. Государству приходится уделять все большее внимание проблеме сокращения безработицы и осваивать различные методы решения этой задачи.

Явная безработица для России пока в новинку, и поэтому мы еще не скоро сможем экспериментально нащупать объективно присущую именно нашей стране величину ее естественной нормы. Сделать это можно будет только тогда, когда наша экономика выйдет из кризиса и начнет устойчиво расти при годовой инфляции менее 10—20%. Первые признаки возникновения такой макроэкономической ситуации были зафиксированы в России в 2001—2003 гг.

Посчитаем — подумаем

Ситуация на рынке труда прямо зависит от демографических процессов, т. е. от того, как изменяются численность населения и его возрастная структура. В России эти процессы носят весьма тревожный характер, так как общая численность населения сокращается и оно стареет. За 1993—2000 гг. численность населения России сократилась на 3,5 млн человек, и этот процесс продолжится в будущем из-за низкой рождаемости и высокой смертности (особенно среди мужчин). Прогнозы демографов говорят о том, что к 2050 г. численность населения России (при существующей иммиграционной политике) снизится в оптимистическом варианте примерно до 115 млн чел., а в пессимистическом — до 90 млн человек против 145 млн на начало XXI в.

Казалось бы, снижение численности населения должно улучшить ситуацию на рынке труда. И для людей, ищущих работу, так оно и есть. Но с точки зрения страны в целом картина выглядит совсем не радостно. Сокращение численности российского населения сопровождается его старением: к 2005 г. доля населения в возрасте моложе трудоспособного сократится до 15,4% против 23,7% в 1993 г. А это приведет к увеличению среднего возраста работающих и снижению их мобильности, что очень нежелательно. Между тем уже сейчас в ряде районов центральной и западной части страны доля пожилых людей среди работающих превышает 30—40% и в перспективе станет только расти.

В результате не только будет труднее найти работников для вновь создаваемых предприятий, но и придется отчислять все большую часть заработков людей трудоспособного возраста на пополнение пенсионных фондов, а возможности повышения заработной платы уменьшатся.

§ 72. Как можно сократить безработицу

Многообразие типов безработицы делает задачу ее сокращения чрезвычайно сложной. Поскольку единого «лекарства от безработицы» быть не может, любой стране для решения этой проблемы приходится использовать самые разные методы.

Уровень фрикционной безработицы может быть снижен за счет:

- 1) улучшения информационного обеспечения рынка труда. Во всех странах эту функцию выполняют организации по трудоустройству (биржи труда). Они собирают у работодателей информацию о существующих вакансиях и сообщают ее безработным;
- 2) устранения факторов, снижающих мобильность рабочей силы. Для этого необходимы прежде всего: а) создание развитого рынка жилья; б) увеличение масштабов жилищного строительства и в) отмена

административных преград для переезда из одного населенного пункта в другой.

На протяжении первой половины 90-х годов в России было сделано немало в этом направлении: проведена приватизация жилья (без которой не может существовать его рынок), разрешена торговля жильем, ликвидирована система прописки.

Сокращению структурной безработицы более всего способствуют программы профессионального переобучения и переквалификации.

Часто люди не могут найти работу из-за отсутствия навыков, которые теперь требуются в их профессии. Например, в 1995 г. российские газеты были заполнены объявлениями, в которых на работу (с высокой зарплатой) приглашались бухгалтеры. На это приглашение охотно откликнулись бы отечественные инженеры, многие из которых пребывали в состоянии скрытой безработицы, числясь в штатах полуживых предприятий и научных институтов.

Увы, они не обладали необходимыми знаниями в области бухгалтерского учета. Но поскольку спрос на переобучение был велик, то вскоре российские рекламные газеты запестрели объявлениями различных бухгалтерских курсов. И многие из тех, кто окончил такие курсы, со временем действительно нашли работу в качестве бухгалтера.

Наиболее трудно бороться с циклической безработицей. Для решения такой задачи приходится использовать много различных мер.

Познакомимся с некоторыми из них.

Создание условий для роста спроса на товары. Мы уже выяснили, что спрос на рынке труда производный и зависит от ситуации на рынках товаров и услуг. Следовательно, занятость возрастет, а безработица упадет в том случае, если товарные рынки предъявят больший спрос и для его удовлетворения надо будет нанять дополнительных работников.

Отсюда и проистекают призывы многих российских политиков «впрыснуть» в экономику дополнительные деньги для реализации схемы:

Повышение доходов граждан => Рост спроса на товары =>

Рост производства пользующихся спросом товаров =>

Рост занятости на предприятиях, производящих эти товары.

Серьезным изъяном этой схемы борьбы с безработицей является возможность скачка темпов инфляции. Ведь для наращивания производства товаров потребуется время, а дополнительные деньги хлынут на рынки сразу. В итоге возрастет спрос, и при прежней величине предложения это вызовет немедленный рост цен. Поэтому более разумными способами увеличения спроса являются:

- *стимулирование роста экспорта.* Это может привести к росту объемов производства на отечественных предприятиях и соответственно занятости на них;
- *поддержка и поощрение инвестиций в реконструкцию предприятий с целью повышения конкурентоспособности продукции.* Тогда отечественным предприятиям удастся увеличить свою долю на рынке и нарастить масштабы производства и занятости;
- *поощрение иностранных инвестиций в экономику России.* Результатом таких инвестиций становится либо создание новых производств, либо реконструкция действующих. Конечные итоги — рост производства и занятости для россиян.

Создание условий для сокращения предложения труда. Очевидно, что чем меньше людей претендуют на рабочие места, тем легче найти работу даже при том же числе свободных рабочих мест. Сократить число претендентов на эти места и, более того, высвободить дополнительные вакансии для безработных вполне реально.

Некоторое облегчение может принести, например, предоставление возможности досрочного выхода на пенсию работникам, еще не достигшим пенсионного возраста. В России, например, при упразднении органов управления союзного уровня работавшим в их штате мужчинам позволяли уйти на пенсию в 57—58 лет, а женщинам — в 53—54 года. Без этого пожилым служащим пришлось бы искать работу. А поскольку шансов на трудоустройство в этом возрасте у них было немного, они увеличили бы армию безработных. Досрочная пенсия позволила предотвратить такое развитие событий.

Вместе с тем этот способ может использоваться только в очень ограниченных масштабах, так как он влечет существенное увеличение пенсионных выплат.

Создание условий для роста самозанятости. Смысл такого рода программ состоит в том, что людям помогают открыть собственное дело, чтобы они могли прокормить себя и свою семью, даже если им не удастся найти работу по найму.

Содержание этих программ может быть самым различным. Например, в ряде стран для начинающих предпринимателей создают специальные «бизнес-инкубаторы». Такой «инкубатор» обычно представляет собой комплекс помещений, в котором новым фирмам в течение определенного времени можно практически бесплатно пользоваться помещениями, услугами связи и консультациями специалистов по различным аспектам коммерческой деятельности. Став на ноги и начав получать прибыль, фирма покидает «инкубатор», уступая место новичкам.

В России поддержку самозанятости взяло на себя государство. В этих целях принята специальная программа поддержки малого предпринимательства, реализацией которой занимается Министерство по антимонопольной политике. Его задача — помогать начинающим отечественным предпринимателям успешно стартовать и как минимум обеспечить средства для существования своим семьям, а в идеале — и создать новые рабочие места для тех, кто сейчас без работы, но не обладает качествами бизнесмена и может работать только по найму.

Реализация программ поддержки молодых работников. Тяжелее всего безработица ударяет по пожилым (их уже никто не хочет брать на работу из-за падающей производительности и ухудшения здоровья) и самым молодым (их еще никто не хочет брать на работу из-за низкой квалификации и отсутствия опыта).

Для помощи молодежи могут использоваться различные методы:

- экономическое стимулирование молодежной занятости (например, предоставление определенных налоговых льгот фирмам, в штате которых молодые работники составляют оговоренную долю);
- создание специальных фирм, предлагающих работу именно молодежи;
- создание центров обучения молодых людей тем профессиям, шансы на занятость в которых наиболее высоки.

Список программ сокращения безработицы можно продолжать еще долго — в разных странах их придумано немало. Важно, однако, понимать, что все эти программы не могут полностью ликвидировать или существенно сократить циклическую безработицу. Такой результат достигается лишь при общем улучшении экономической ситуации в стране, когда в ней начинает расти спрос на товары и для их производства становится выгодно нанимать людей, которые жили до того на пособие по безработице. Именно такое развитие событий и нужно России, чтобы число незанятых во всех регионах упало до уровня, соответствующего только фрикционной и структурной безработице.

Основные выводы

1. Под безработицей понимают наличие в стране людей трудоспособного возраста, желающих трудиться при сложившемся уровне оплаты, но не способных найти работу. Безработица существует в любой экономической системе, хотя формы ее могут быть различными. Уровень безработицы оценивается с помощью расчета доли безработных в общей численности рабочей силы страны.

2. Обычно различают следующие виды безработицы: фрикционную, структурную, циклическую и сезонную. Наиболее тяжелые проблемы связаны с циклической безработицей. Соотношение различных типов безработицы в общей численности ищущих работу зависит от общеэкономической ситуации в стране и развитости механизмов поиска новых мест занятости.

3. Несмотря на негативные экономические и социальные аспекты безработицы, ликвидировать ее полностью невозможно и нецелесообразно. Определенный уровень безработицы даже полезен для страны. Он обеспечивает возможность более быстрых перемен в структуре производства при изменении ситуации на товарных рынках. Такой приемлемый уровень незанятости принято называть естественной нормой безработицы. Он обычно соответствует многолетнему уровню фрикционной и структурной безработицы в период устойчивого экономического роста страны.

4. Для сокращения безработицы могут использоваться методы, направленные на стимулирование спроса на товары. Тем самым создаются условия для роста занятости на предприятиях, производящих хорошо покупаемые товары. Кроме того, могут использоваться программы прямой помощи безработным — всем или определенным группам (прежде всего, пожилым, молодежи, женщинам и инвалидам). Обычно эти программы предполагают помощь в овладении профессиями, пользующимися спросом, создании мелких семейных фирм, организации предприятий, дающих работу преимущественно молодежи или инвалидам, и т. д.

Контрольные вопросы

1. Почему безработицу относят к макроэкономическим проблемам?
2. Что порождает остроту проблемы безработицы?
3. Каковы основные виды безработицы?
4. Можно ли считать человека безработным, если он не член профсоюза?
5. Какой вид безработицы нельзя ликвидировать ни при каких условиях?
6. Какая безработица опаснее для страны — скрытая или открытая?
7. Каковы возможные отрицательные и положительные последствия для российского рынка труда общего старения населения?
8. Как можно объяснить связь понятий «скрытая безработица» и «уравнильность в оплате труда»?

9. Можно ли считать методом борьбы с безработицей ликвидацию детских дошкольных учреждений, что заставит матерей уйти с работы и воспитывать детей дома?

10. Досрочный выход на пенсию уменьшает число безработных, но рождает другую экономическую проблему. Какую?

П. Кто, по вашему мнению, должен оплачивать работу курсов пере-квалификации: государство или частные фирмы?

Вопросы для обсуждения

1. Сегодня в России скрытая безработица стала явной, и люди вынуждены регистрироваться в качестве безработных. Многие воспринимают это очень тяжело, рассматривая такую регистрацию как унижение. Было бы более гуманным возвращение к скрытой безработице?

2. Почему правительство России не начинает программу переселения людей из северных районов страны, хотя многие предприятия, находящиеся там, крайне убыточны и бесперспективны?

3. Какая связь существовала между тем, что в СССР работу имели даже те, чей труд был невыгоден, и тем, что огромное число людей было безвинно осуждено и направлено в трудовые лагеря заготавливать лес, добывать полезные ископаемые, работать на строительстве железных дорог и т. д.?

ГЛАВА 20.

ЗАКОНЫ ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ

Если бы все цены и доходы росли в равной мере, то никто бы не пострадал. Но этот рост не одинаков. Многие теряют, и лишь немногие выигрывают.

Ирвинг Фишер

Регулярно все мы обнаруживаем, что цены на те или иные товары и услуги изменились (чаще всего в сторону повышения). Например, на протяжении 2000 г. цены на потребительские товары в России выросли в среднем более чем на 20%. Но почему цены растут? Казалось бы, товар тот же самый, способы его изготовления и материалы, для этого используемые, не изменились. С чего тогда цена поднялась?

Для того чтобы в этом разобраться, в первую очередь нам надо обратить свой взгляд не на производственные предприятия и кабинеты директоров магазинов, а на то, по каким законам происходит обращение денег в экономике и что бывает, когда эти законы нарушаются.

§ 73. Факторы формирования величины денежной массы

Каждая денежная единица несет на себе обозначение своего номинала (например, 500 руб.). Сумма номиналов всех наличных денежных знаков, а также денежных средств, которые принадлежат гражданам, фирмам и государству, но существуют в безналичной форме, называется **денежной массой страны** (в экономической науке существуют более строгие и различные определения денежной массы, но мы пока ограничимся приведенным выше).

Денежная масса — сумма денег, которой граждане, фирмы и государственные организации страны владеют и которую используют для расчетов и в качестве сбережений.

Сколь велика должна быть эта денежная масса, сколько денег надо выпустить в обращение?

Этот вопрос издавна занимал умы ученых и государственных деятелей. Многие из них считали, что чем в стране больше денег, тем лучше.

Это-де позволит наиболее полно использовать все имеющиеся ресурсы и тем самым ускорит путь к повышению благосостояния всей нации.

Вероятно, любой из нас также приветствовал бы получение как можно большей суммы денег. Но действительно ли простое увеличение общей суммы обращающихся в стране денег прямо ведет к росту ее богатства?

К сожалению, не все так просто. Длительный опыт использования денег помог людям понять, что существуют объективные факторы формирования денежной массы.

Поскольку деньги предназначены, прежде всего, для обеспечения нужд торговли, то именно потребности торговли прямо влияют на объем денежной массы. Первые два фактора формирования денежной массы:

- 1) объем продающихся на рынках этой страны товаров;
- 2) их цены (определяемые соотношениями спроса и предложения).

Раз предложение товаров и цены уже сформировались, то очевидно, что для технического обеспечения торговли необходима соответствующая масса денежных знаков. Иными словами, денег в стране должно быть достаточно для бесперебойного осуществления торговых сделок по сложившимся ценам.

Но в результате торговли деньги постоянно переходят от одного владельца к другому. Это означает, что каждый денежный знак успевает в течение фиксированного периода времени (дня, месяца, года) «поучаствовать» во многих платежных операциях.

Допустим, что утром на рынке вы отдали за покупку купюру в 1 тыс. руб. Во второй половине дня продавец на рынке расплатился этой купюрой в ресторане за свой обед. А владелец ресторана отдал все ту же купюру продавцу цветов за букеты для украшения зала. Следовательно, в течение одного и того же дня одна купюра в 1 тыс. руб. обеспечила осуществление сделок на 3 тыс. руб., для чего потребовались бы три аналогичные купюры, если бы их путь обрывался после каждой сделки.

Но путь денежных средств не обрывается после каждой сделки, а значит, стране реально нужна денежная сумма, значительно меньшая по номиналу, чем общий объем сделок. Таким образом, третий фактор формирования потребной и достаточной для страны массы денег — **скорость обращения денег**.

Очевидно, что реально необходимая стране масса денег будет тем меньше, чем проворнее денежный знак движется по рынкам, чем большее число раз он переходит из рук в руки.

По динамике скорости обращения денег можно сделать вывод о состоянии всей экономики страны. Если она развивается устойчиво и ее

денежное хозяйство хорошо управляется, то скорость обращения денег будет колебаться незначительно. Например, на протяжении 1980—1986 гг. скорость обращения денег колебалась: в Японии — между 1,01 и 1,2; в ФРГ — между 8,9 и 9,6; в США — между 1,24 и 1,45. Диапазон колебаний, как нетрудно подсчитать, весьма узкий — 20%, хотя абсолютные значения скорости обращения денег сильно различаются по странам, отражая исторически сложившиеся традиции денежного обращения.

Напротив, в Великобритании, экономика которой переживала большие трудности, скорость обращения денег изменилась за те же годы очень заметно: с 3,9 до 1,1. Правда, это изменение имело довольно устойчивую тенденцию к снижению скорости обращения.

Та же картина характерна и для России, переживающей трудный процесс воссоздания рыночной экономической системы. Как хорошо видно на рис. 20.1, начало в 1992 г. радикальных изменений в организации хозяйственной жизни сразу же вызвало резкое увеличение скорости обращения денег. Деньги как бы побежали по «кровеносным сосудам экономики» со скоростью куда большей, чем была присуща хозяйству в условиях командной системы. В результате всего за два года (1993—1994 гг.) скорость обращения денег возросла в 3,14 раза.

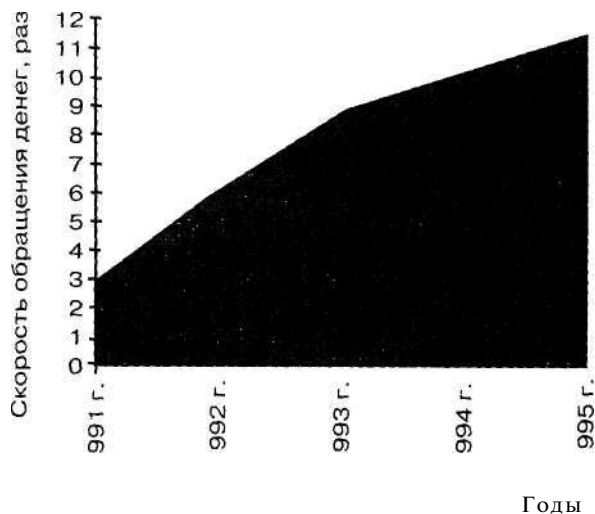


Рис. 20.1. Изменения скорости обращения денег в России в 1991 — 1995 гг.

Выяснив все три фактора, влияющие на общее количество денег (наличных и безналичных), необходимое стране для нормальной организации экономической жизни, мы теперь без труда поймем смысл закона обмена, сформулированного американским ученым Ирвингом Фишером. Он заключается в том, что количество денег, обращающихся в стране, должно точно соответствовать объему торговых сделок за год и достигнутой скорости обращения местной валюты. Скорость эта вполне поддается управлению и зависит от работы банковской системы страны и от уровня технического оснащения учреждений, которые участвуют в денежных операциях. Чем выше техническое оснащение банков, чем шире они используют современные компьютеры и спутниковые линии связи, тем быстрее оборачиваются деньги и тем меньше их надо для нормального функционирования хозяйства.

Закон обмена может быть записан как уравнение следующего вида:

$$M \times V = P \times Q,$$

где M — средняя масса денег, которая необходима стране для обеспечения нормального денежного обращения;

P — средние цены товаров и услуг, продававшихся в стране в течение данного года;

Q — объем товаров и услуг, продававшихся в стране в течение данного года;

V — скорость обращения денег (среднее число оборотов денег, число раз за год).

Это уравнение позволяет понять реальные зависимости, определяющие состояние денежной системы любой страны.

Так, если в стране растут цены, то даже при неизменном объеме производства и той же скорости обращения денег масса денег в обращении должна быть увеличена. Если же деньги начинают обращаться быстрее, а цены и объемы производства не возрастают, то страна может обойтись меньшим количеством денег. Так, на начало 2004 г. денежная масса в Российской Федерации составила 3617,7 млрд руб., увеличившись только за декабрь 2003 г. более чем на 2%.

Если в стране требования закона обмена нарушаются, то платой за это обычно становится рост цен.

I Скорость обращения денег — число раз, которое каждая денежная единица участвовала в течение года в обеспечении любых сделок.

§ 74. Причины и виды инфляции

На смену стабильным веками ценам пришли периоды общего повышения цен. Они получили название **инфляции** (от лат. *inflatio* — «вздутие»).

Инфляция — процесс **повышения общего уровня цен в стране, ведущий в итоге к снижению реальной** покупательной силы денег.

Сегодня это слово — одно из наиболее часто употребляемых на страницах прессы: в XX в. инфляция стала общим бедствием большинства стран мира.

Конечно, попадание страны в полосу инфляции не означает, что дорожают одновременно все продающиеся товары. Некоторые из них, например не пользующиеся спросом или только внедряющиеся на рынок, могут и дешеветь. И все же в период инфляции дорожает подавляющее большинство товаров и приходится говорить о падении **покупательной способности** денег.

Покупательная способность денег — объем благ и услуг, **который может быть приобретен на некоторое количество денег в данный момент времени.**

Например, если 1 кг мяса стоит 70 руб., то можно сказать, что в период действия этой цены покупательная способность 1 тыс. руб. равна 14,3 кг мяса (это не значит, конечно, что мы не можем выразить покупательную способность денег и через другие товары или их набор).

Изменения покупательной способности денег оцениваются с помощью простой формулы:

$$I_{\text{псд}} = 1/I_{\text{ц}},$$

где $I_{\text{псд}}$ — индекс покупательной способности денег;

$I_{\text{ц}}$ — индекс цен, т. е. специальный показатель, характеризующий, насколько цены повысились по сравнению с предшествующим годом.

Например, если за год цены в стране возросли на 70% (индекс цен = 1,700), то мы можем рассчитать, что в результате этого покупательная способность денег упала более чем на 40% и составит лишь 58,8% (1/1,700) от той, которая существовала на начало года.

Понятно, что инфляция — явление неприятное и, сталкиваясь с очередным повышением цен, никто радости не испытывает. Но разве нельзя приспособиться и нормально жить и при инфляции? Почему экономисты так ратуют за жесткие меры ее подавления? Почему они считают, что инфляция — явление не только неприятное, но и просто опасное для страны? В чем причина такой озабоченности?

Дело в том, что инфляцию крайне трудно держать под контролем. А когда она из-под контроля вырывается, то может перерасти в гиперинфляцию.

Гиперинфляция — ситуация в экономике, когда рост общего уровня цен в стране в течение месяца превышает 50% или когда цены за год **повышаются на 1000%.**

Странами, пережившими в XX в. гиперинфляцию, являются Германия, в которой в 20-е годы цены росли на 10% за час, и Боливия середины 80-х годов, где общий уровень цен повысился за год более чем в 80 раз!

Весь огромный инфляционный опыт XX в. показывает: страна, попавшая в полосу гиперинфляции, обречена на тяжелейшие социальные и политические беды.

Дело в том, что гиперинфляция для экономики так же опасна, как СПИД для человека. И такое сравнение не просто желание найти образ поярче. Здесь действительно есть большое сходство. Ведь СПИД сам по себе человека не убивает. Он лишь разрушает важнейшую систему организма — иммунную, делая человека беззащитным перед другими болезнями, которые и становятся непосредственной причиной смерти.

Точно так же гиперинфляция не уничтожает экономику саму по себе. Страна может некоторое время жить и в такой ситуации. Но инфляция разрушает важнейшие механизмы экономики, необходимые для ее нормального функционирования сегодня и развития в будущем. Мы имеем в виду механизмы торговли, сбережения денег и их вложения (инвестирования) в развитие экономики.

Инвестирование — направление денег на приобретение дополнительных активов.

Если использовать закон Фишера, то можно понять, например, почему в Европе после открытия Колумбом Америки возникла высокая инфляция. Что же произошло в европейских странах, когда туда хлынуло потоком золото из американских колоний? Поскольку золото было денежным товаром, то это означало резкий рост величины M — массы денег. Но при этом не изменились ни Q — количество реально созданных европейцами товаров и услуг, ни V — скорость обращения денег.

Значит, равенство правой и левой частей уравнения (тождества) Фишера могло быть восстановлено только за счет соответствующего скачка цен (P). Именно это и произошло в потрясенной Европе, где ранее цены веками были почти неизменны и общеизвестны. Недаром же именно в европейском коммерческом праве родилось понятие о «справедливой цене». Его творцы исходили из того, что цена, которую заслуживает данный товар, очевидна: ведь ее знали еще деды и прадеды. Увы, инфляция уничтожила «справедливые цены».

Но что вызывает инфляцию, каковы ее причины и можно ли ее устранить?

Эти вопросы на протяжении, пожалуй, всего XX в. были в центре внимания экономической науки. Поначалу причиной инфляции считали повсеместный переход к бумажным деньгам.

Обосновывалось это тем, что, пока деньгами были золотые монеты, количество денег в обращении жестко зависело от золотого запаса страны. А значит, вроде бы нельзя было напечатать «пустые», т. е. не обеспеченные золотом, деньги. Правда, история полна примеров «порчи денег», когда короли и императоры жульнически выпускали неполновесные монеты, увеличивая свои доходы.

Да и во времена золотых денежных систем вспышки инфляции случались. Примером служит Колумбова «революция цен», о которой мы говорили выше.

И тем не менее, как хорошо видно на рис. 20.2, отказ от «золотого стандарта», от привязки денег к золоту, действительно стал началом неуклонного обесценения денег и вызванного этим роста цен (в данном случае в Англии).

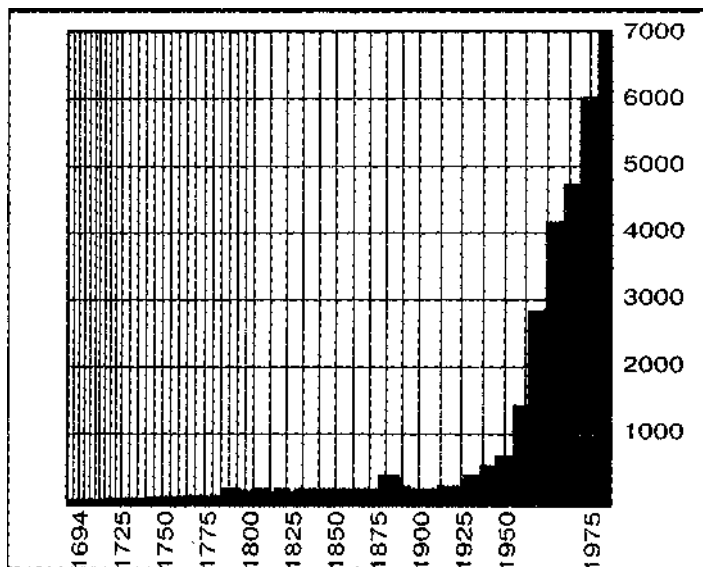


Рис. 20.2. Динамика розничных цен в Англии за 300 лет (в логарифмической шкале)

Главный аргумент против бумажных денег состоял в том, что такие деньги правительства, которым вечно не хватает средств, могут напечатать в любом количестве. А появление в обращении денег, которые не обеспечены реальным золотом или ценными товарами, и порождает инфляцию.

Конечно, определенный резон в этом утверждении есть. Наглядным примером служит история Германии. После Первой мировой войны здесь разыгралась бешеная инфляция: цены за 1920—1923 гг. возросли в триллион раз, а денежная масса составила 496 квинтиллионов марок! И виновато в этом в значительной мере было правительство страны. Оно пыталось вытащить страну из разлухи, заставляя Центральный банк выпускать все больше денежных знаков.

Однако даже после того, как во многих странах эмиссия денег была взята под строгий контроль парламентов, инфляция не исчезла.

Когда экономическая наука взялась за более глубокие исследования, то было обнаружено, что у инфляции есть несколько причин и сама она бывает разной.

Выделяют **инфляцию спроса**, когда люди, коммерческие фирмы и правительство в силу обстоятельств тратят больше денег, чем стоят производимые страной товары. Иными словами, спрос в целом оказывается больше суммарного предложения товаров, а это неизбежно ведет к росту цен. В данном случае — к росту общего уровня цен, т. е. к инфляции. Эту ситуацию экономисты любят описывать фразой: «Слишком много денег охотится за слишком малым количеством товаров» (рис. 20.3).



Рис. 20.3. Возникновение инфляции спроса

Инфляция спроса хорошо известна и нашей стране. Она сохранялась здесь на протяжении всего периода существования планово-командной системы. Вот только ее проявления были особыми.

Поскольку все цены жестко фиксировались государством, то избыточные деньги не могли вызвать удорожания товаров напрямую. И потому здесь инфляция приобрела форму **роста неудовлетворенного спроса**.

Проще говоря, она вылилась в СССР в постоянную дефицитность почти всех товаров.

Не менее грозна **инфляция затрат**, когда цены растут в силу удорожания покупных ресурсов для производства потребительских товаров.

Нагляднее всего такую спираль «цены—затраты» можно увидеть на примере связки «розничные цены — заработная плата» (рис. 20.4).



Рис. 20.4. Возникновение инфляции затрат

Если розничные цены повышаются, то покупательная способность заработной платы падает и под давлением работников ее приходится повышать. Это вызывает в свою очередь рост затрат на производство потребительских товаров. Компенсировать такой рост затрат приходится новым повышением цен. В итоге рост цен становится как бы самоподдерживающимся, и его темпы неуклонно повышаются.

Наряду с ростом заработной платы, опережающим повышение производительности труда, причиной инфляции издержек нередко становится удорожание материалов или энергии, опережающее темпы внедрения ресурсосберегающих технологий производства.

Все эти проблемы становятся во много раз более серьезными, когда страна попадает в полосу **гиперинфляции**.

Дело в том, что при гиперинфляции никакие торговые сделки не могут по скорости догнать рост цен. И пока товар продается, затраты на получение (производство) следующей его партии возрастают настолько, что полученной выручки на их покрытие уже не хватает. Выгоднее становится не продавать товары за быстро обесценивающиеся деньги, а напрямую менять их на другие товары. На смену нормальной торговли приходит бартер со всеми его недостатками.

По вполне понятным причинам происходит также и умирание сбережений.

Но если люди и фирмы не делают сбережений, а тратят все полученные доходы немедленно, то они не могут скопить крупные суммы, необходимые для покупок дорогостоящих товаров личного или производственного назначения. Значит, становится практически невозможно, например, строить новые предприятия или менять устаревшее или изношенное оборудование на действующих заводах.

Поэтому при высокой инфляции и, тем более, при гиперинфляции предприятия и коммерческие организации не могут найти деньги для реализации долгосрочных и крупных проектов. Им либо вообще не дают денег надолго (в 1992—2000 гг. российские банки почти не одалживали денег на срок более трех месяцев), либо требуют за пользование деньгами такую высокую плату, которая заемщикам не по карману.

Из-за этого предприятия и фирмы лишаются возможности занять деньги на поддержание оборудования в хорошем состоянии и его обновление, а также на освоение новой продукции или расширение масштабов своей деятельности. Торговля и производство продолжают разрушаться и дальше. Страна проедает свое будущее, уничтожая основу нормального развития экономики.

Именно такая ситуация сложилась в России в первой половине 90-х годов. Страна столкнулась с тяжелейшим инвестиционным голодом. Для спасения промышленности и других отраслей экономики необходимо было как можно скорее подавить инфляцию до умеренного уровня и создать условия для возрождения инвестирования.

Правительству России на это потребовалось почти два года (с конца 1994 г. по лето 1996 г.). Поскольку период активного подавления инф-

ляции часто сопровождается спадом производства и другими тяжелыми экономическими последствиями, в России следствием антиинфляционной политики стал, в частности, затяжной кризис банковской системы.

Многие банки, привыкшие работать в условиях растущих цен и денежных потоков, не сумели вовремя перестроиться в связи со снижающейся инфляцией и «сели на мель». Эти банки не смогли расплатиться по своим обязательствам и разорились, лишив многие семьи и фирмы их сбережений.

Экономика в лицах

Владимир ТАРНОВСКИЙ

Разрушение денежной системы России началось еще во время Первой мировой войны. Внесло свой вклад в подрыв рубля и Временное правительство. Но особенно мощный денежный поток обрушился на страну после прихода к власти большевиков. В разрушаемой Гражданской войной стране никому не было дела до законов денежного обращения, а армии и чиновникам надо было платить немедленно.

Сначала (1916—1917 гг.) денежная масса росла даже несколько быстрее, чем цены. Но потом спираль инфляции раскрутилась и погнала цены вверх фантастически быстро, намного быстрее, чем росла масса денег в обращении. В стране сформировалась самоподдерживающаяся инфляция, а инфляционная психология стала главенствующей.

В результате деньги стали терять вообще какое-либо значение в товарообмене и их место, как в старину, заняли другие «денежные» товары. На крупнейшем «черном» рынке Москвы — Сухаревке — за соль или печеный хлеб можно было выменять практически любой товар. При этом наряду с рублями в стране использовалось еще... 2200 различных денежных знаков: от царских золотых монет до японской иены.

Задача возрождения нормальной денежной системы была настолько головоломной, что новые власти России были вынуждены обратиться к экспертам.

Один из них — Владимир Васильевич Тарновский (1872-?), потомственный дворянин, крупный банкир дореволюционной России, миллионер, директор Сибирского торгового банка в Петербурге. С начала Первой мировой войны он добровольно пошел в армию, чудом уцелел в страшных боях, но через восемь месяцев был демобилизован по болезни. Тарновский не принял революцию, но эмигрировать из страны не пожелал, хотя большевики три года не допускали его ни к какой работе в банковской системе и он работал простым курьером на железной дороге.

Тарновский предложил внешне парадоксальный путь — не укреплять уже выпускавшиеся государством деньги (совзнаки), а сделать ставку на выпуск нового вида денег, которые должны были вытеснить старые и оздоровить ситуацию в денежном мире. Конечно, введению новой устойчивой денежной единицы должно было предшествовать устранение причин инфляции.

А главной такой причиной было то, что государство накачивало в экономику «пустые деньги» из-за необходимости покрывать свои огромные расходы. Поэтому начать пришлось с сокращения числа государственных служащих за 1921—1922 гг. в 12,5 раза!

Затем был произведен обмен денег по принципу. 1 новый рубль менялся на 10 тыс. руб. любых прежних выпусков. Теперь все было готово к тому, чтобы и этот новый, но все же еще слабый рубль заменить более крепкой денежной единицей. И в октябре 1922 г. правительство наконец приняло решение о выпуске нового денежного знака — червонца.

Червонцы были полностью обеспечены платиной, золотом, серебром, иностранной валютой и дефицитными товарами повышенного спроса. Поэтому их выпускали поначалу в небольшом количестве, и они сразу стали предметом громадного спроса со стороны населения, истосковавшегося по «настоящим» деньгам.

На «черном» рынке за 1 червонец давали 12,5 тыс. руб. прежними денежными знаками, т. е. даже выше пропорции, официально установленной Госбанком (11,4 тыс. руб. за червонец).

Это пример того, что деньги — такой же товар, как и другие, а потому цена их вполне подчиняется игре спроса и предложения. Опираясь на червонец, государство быстро навело порядок в денежном хозяйстве страны и подавило инфляцию.

Судьба создателя червонца трагична: в 1929 г. Тарновского уволили без права на пенсию и пособие по безработице, а также без права работать в любых государственных учреждениях и предприятиях. Главной его «виной» были буржуазное происхождение и нестандартность мышления. Как и когда кончил свои дни создатель червонца, до сих пор неизвестно. Не сохранилась и его фотография.

Основные выводы

1. Объем денежной массы, которая используется (обращается) в стране, не может быть произвольным. Он зависит от количества продающихся товаров, их цен, а также скорости обращения денег, т. е. количества раз, которое каждый денежный знак участвует в платежах за товары или услуги. Избыточная масса денег, даже если это монеты, отчеканенные из золота, может привести к падению покупательной способности денег и дать толчок к развитию инфляции.

2. Суть инфляции состоит в росте цен, ведущем к обесценению денег. Наука различает инфляцию спроса и инфляцию затрат, каждая из которых способна сформировать у людей инфляционные ожидания. Особенно опасной для экономики является гиперинфляция, которая крайне затрудняет торговлю, снижает склонность людей к сбережениям и делает невозможным вложение денег в хозяйственные операции.

Контрольные вопросы

1. Какие факторы определяют нужную стране массу денег?
2. Как рассчитывается скорость обращения денег?
3. Что произойдет в стране с ценами, если в обращение будет выпущено слишком много денег?
4. Как инфляция влияет на покупательную способность денег?
5. Как изменилась покупательная способность денежных доходов населения, если за январь—август 1995 г. цены потребительских товаров возросли на 96%?
6. Как связаны между собой инфляция, сбережения и инвестиции?

Вопросы для обсуждения

1. Можно ли остановить сегодня в России инфляцию, если заменить бумажные деньги золотыми монетами?
2. Можно ли устранить проблемы российских предприятий, продукция которых сегодня не находит сбыта, если осуществить заметное повышение заработной платы?
3. Почему правительство России так осторожно подходит к решению проблемы компенсации населению обесцененных вкладов, хранившихся в Сбербанке России на момент начала инфляции в 1992 г.? Что произойдет в экономике страны, если компенсировать потери от обесценения сразу всем вкладчикам и выдать гражданам несколько сотен триллионов рублей?

ГЛАВА 21.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Экономические проблемы излагаются неверно, когда они рассматриваются лишь с точки зрения статичного равновесия (спроса и предложения), а не с позиций органического роста экономики.

Альфред Маршалл

В 2001 г. российские политики начали гордо говорить о том, что в стране начался экономический рост и главное теперь — сделать его устойчивым, чтобы в ближайшей перспективе добиться удвоения ВВП (внутреннего валового продукта) страны. Но что такое экономический рост и почему он столь важен для страны? И о чем говорит величина ВВП?

§ 75. Понятие экономического роста

Мы уже выяснили, что человеческие потребности относительно безграничны и постоянно развиваются: едва человек удовлетворит одни свои потребности, как у него возникают новые. Кроме того, численность человечества постоянно возрастает, и пока все быстрее (рис. 21.1).

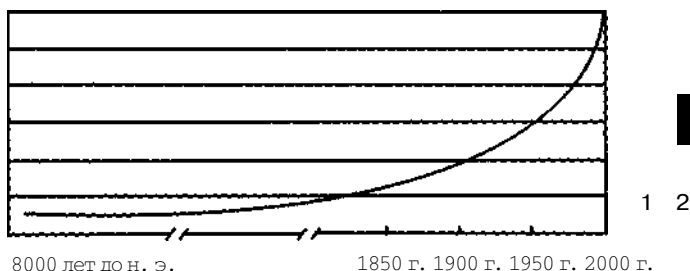


Рис. 21.1. Изменения скорости обращения денег в России в 1991—1995 гг.

По расчетам историков, человечеству потребовалось немногим менее 10 000 лет, чтобы его численность достигла 1 млрд человек. Это произошло в 1850 г. Но затем рост населения Земли пошел куда более высокими темпами: численность в 2 млрд человек была достигнута уже к 1930 г., т. е. удвоение произошло всего лишь за 80 лет. Еще через 45 лет, в 1975 г., на Земле жило уже 4 млрд человек. И по оценкам демографов, если этот процесс не замедлится, то к 2020 г. численность человечества достигнет примерно 8 млрд человек.

Сочетание этих факторов — относительной безграничности человеческих потребностей и роста числа жителей в большинстве стран мира — заставляет человечество постоянно наращивать масштабы производства благ и услуг. Этот процесс получил название экономического роста.

! Экономический рост — устойчивое увеличение год от года производственных возможностей страны.

Экономический рост позволяет стране производить больше различных благ и услуг. Важно отметить, что об экономическом росте можно говорить только тогда, когда увеличение производства достигается не ценой аврального перенапряжения всех сил (такое случается, например, во время войны), а стабильно — в ходе обычной, нормальной хозяйственной деятельности.

Если использовать уже знакомую нам модель кривой производственных возможностей страны и разделить все производимые в стране блага на сельскохозяйственные и промышленные, то процесс экономического роста символически можно изобразить так (рис. 21.2):



Рис. 21.2. Результаты экономического роста

Как видим на рис. 21.2, при экономическом росте кривая производственных возможностей страны как бы сдвигается вправо (кривая $A2B2$) от прежней кривой ($A1B1$). Это означает, что страна теперь начинает устойчиво производить больше продукции всех ранее выпускавшихся видов.

Таким образом, экономический рост выражается в увеличении общей величины валового продукта. Так как в практике статистики применяют разные способы определения этой величины, то обычно пользуются терминами либо *валовой внутренний продукт* (ВВП), либо *валовой национальный продукт* (ВНП). Разница между ними состоит в круге учитываемых доходов граждан страны.

Чтобы показатель валового продукта мог служить действительно объективным показателем экономического роста и, значит, улучшения условий для повышения благосостояния граждан страны, необходимо соблюдать два условия его использования:

1) экономический рост надо оценивать на основе изменения реального, а не номинального объема валового продукта. Это означает, что данные о том, как растет объем валового продукта, надо очищать от влияния инфляции (аналогично тому, как это делается при определении реальных доходов граждан);

2) экономический рост лучше оценивать на основе изменения не общей, а удельной величины валового продукта на душу населения страны. Смысл этого состоит в том, что величина валового продукта (после корректировки на инфляцию) делится на число жителей страны. И вот тогда действительно становится ясно: возрос ли «кусочек пирога», который в среднем приходится на каждого жителя страны?

Если возрос, значит, экономический рост обеспечил главный результат — рост уровня жизни граждан страны. Если величина валового продукта в расчете на душу населения сокращается, то уровень благосостояния граждан падает. Значит, в стране либо вообще нет экономического роста, либо темпы роста общей величины валового продукта ниже, чем темпы роста численности населения страны.

Руководствуясь этими принципами, посмотрим, как росла экономика, например, США на протяжении большей части XX в. (1929–1989 гг.) (рис. 21.3). На протяжении большей части рассмотренного периода в США происходил рост как абсолютной, так и средней величины валового продукта в расчете на душу населения. Но были периоды (1930–1939, 1946–1960 гг.), когда валовой продукт в расчете на душу населения падал ниже уже достигнутого ранее уровня, т. е. население страны

становилось беднее, чем прежде. Обратим также внимание на то, что средняя величина валового продукта в расчете на душу населения в США росла с 1940 г. медленнее, чем общая величина валового продукта, и данное отставание все возрастало (именно об этом свидетельствует увеличение расстояния между кривыми на рис. 21.3).

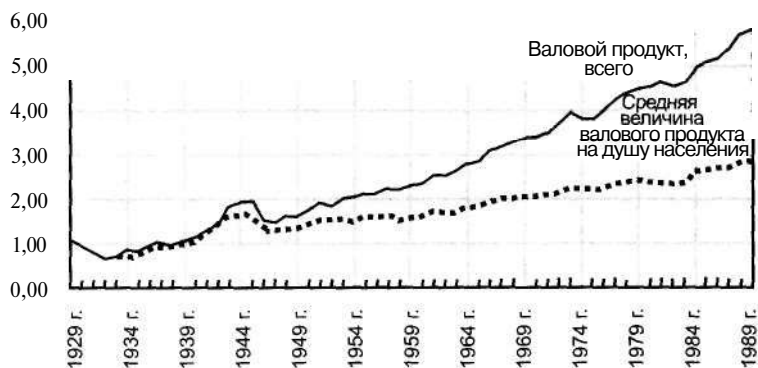


Рис. 21.3. Экономический рост в США в период 1929-1989 гг.
(общая величина валового продукта и величина валового продукта на душу населения, в неизменных ценах 1982 г., 1929 г. = 1,0)

Возможность именно такого развития событий была предсказана почти 200 лет назад автором одной из первых теорий экономического роста — известным английским ученым-экономистом Томасом Мальтусом.

Его теория утверждала: средний продукт в расчете на душу населения не только может, но и неизбежно должен расти медленнее, чем общий объем валового продукта. Причина тому — убывающая предельная производительность факторов производства, и прежде всего земли. Более того, Мальтус утверждал, что средний продукт в конце концов должен даже начать сокращаться, пока не станет меньше прожиточного минимума. И человечество может справиться с такой закономерностью только путем ограничения своей численности. Соответственно построенная Мальтусом модель экономического роста имеет вид, изображенный на рис. 21.4.

Мальтус доказывал, что рост численности населения страны должен происходить не быстрее роста производства в промышленности и увеличения площади сельскохозяйственных угодий. В противном случае увеличение производства жизненных благ будет отставать от прироста численности тех, кто на эти блага претендует.

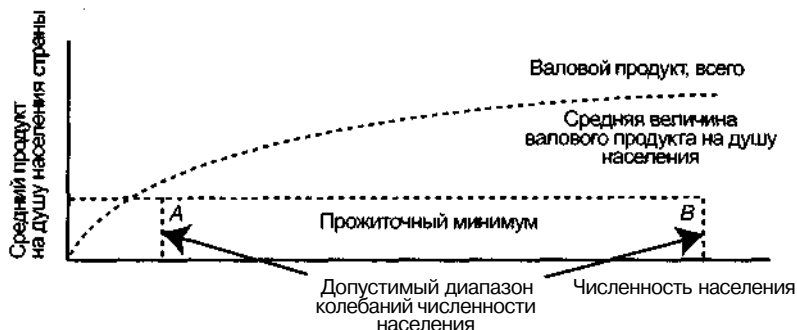


Рис. 21.4. Модель экономического роста, предложенная Т. Мальтусом

Когда средняя величина валового продукта на душу населения окажется ниже прожиточного минимума, люди начнут голодать и болеть, а многие умрут. В результате численность населения сократится и средняя величина валового продукта на душу населения снова возрастет, превысив прожиточный минимум. Иными словами, Мальтус пришел к выводу, что экономические процессы в человеческом обществе точно так же должны регулировать численность человечества, как количество пищи регулирует численность видов в живой природе (недаром до сих пор экономическую науку называют «биологией человеческого общества»). Таким образом, по мнению Мальтуса, численность населения неизбежно должна колебаться в пределах «диапазона сытости» (на рис. 21.4 это численность населения между точками *A* и *B*).

Последующим экономистам пришлось немало потрудиться, чтобы доказать возможность более оптимистических вариантов экономического роста. На чем базируются эти варианты?

Прежде всего, оказалось, что тенденции роста численности населения, обнаруженные Мальтусом, не являются непреложным законом. На самом деле по мере повышения благосостояния темпы роста численности начинают падать. Более того, в преуспевающих странах возможно даже сокращение численности населения из-за падения рождаемости. Именно такая ситуация сегодня характерна для многих богатых европейских стран. Здесь рождается так мало детей, что средний возраст населения страны становится все выше и выше, и правительства вынуждены проводить политику поощрения рождаемости и выплачивать большие пособия на каждого ребенка. Например, в Голландии семья с двумя детьми ежемесячно получает пособие в размере примерно 400 долл. (что составляет около 1/3 средней заработной платы).

Падение рождаемости по мере повышения благосостояния — феномен, имеющий два объяснения.

Биологическое объяснение состоит в том, что рост благосостояния обычно сопровождается увеличением продолжительности жизни и падением детской смертности. В этих условиях резко ослабевает действие природных, не осознаваемых человеком механизмов, побуждающих к деторождению.

Экономическое объяснение, предложенное Гэри Беккером, состоит в том, что в преуспевающем обществе для женщины и семьи в целом слишком высокой становится цена выбора решения о рождении ребенка. Эта цена определяется теми немалыми заработками и перспективами собственной карьеры, от которых женщина вынуждена отказываться, желая родить ребенка. И женщины либо решают вообще не рожать, либо ограничиваются одним ребенком (что недостаточно и для простого воспроизводства населения страны, не говоря уже о расширенном).

Даже в России, где сейчас уровень жизни не особенно высок, в среднем 36% женщин всех возрастов, имеющих детей, родили только одного ребенка.

А среди женщин в лучшем детородном возрасте — 25—29 лет — матерей, ограничившихся одним ребенком, больше половины.

Впрочем, и в бедных, развивающихся странах замедлить рост численности населения сейчас тоже стало возможно. В этом помогают современные методы контроля рождаемости, подкрепляемые довольно весомыми мерами со стороны государства (например, в Китае семьи с одним ребенком пользуются большими льготами при получении жилья и других благ, чем многодетные).

Второй причиной, подорвавшей универсальную справедливость теории Мальтуса, стало наличие факторов экономического роста, которые позволяют увеличивать производство благ быстрее, чем повышается численность населения.

Экономика в лицах

**Томас Роберт МАЛЬТУС —
пророк мрачной экономики**

Ограниченность ресурсов планеты Земля и безмерность потребностей растущего людского населения навели молодого английского священника Томаса Мальтуса (1766—1834) на мысль проследить экономические последствия взаимосвязи этих двух фактов. Итогом его размышлений стала книга под названием «Опыт о законе народонаселения»,

сделавшая имя 32-летнего ученого знаменитым во всем мире и не забытая по сей день.

В основу своих рассуждений Мальтус положил данные статистики, прежде всего материалы исследований, проведенных выдающимся американским государственным деятелем и ученым Бенджамином Франклином (1706—1790). Франклин собрал данные о росте численности населения американских колоний Великобритании и установил, что оно удваивалось примерно каждые 25 лет. Отсюда Мальтус и сделал вывод: если люди имеют неограниченные ресурсы для обеспечения своей жизни (а именно так и обстояло дело в период колонизации Северной Америки), то численность их может возрастать в геометрической прогрессии. Напомним, что геометрическая прогрессия — это последовательность чисел, в которой каждое следующее число больше предыдущего в одно и то же число раз. Например, 2, 4, 8, 16 — прогрессия со знаменателем 2, поскольку каждое последующее число в 2 раза больше предыдущего.

Выведя таким образом закономерность роста народонаселения, Мальтус затем сопоставил ее со следующими обстоятельствами:

- 1) площадь земель, пригодных для сельского хозяйства, на Земле ограничена;
- 2) разные участки имеют неодинаковое плодородие, и по мере расширения посевных площадей в оборот вовлекаются все худшие земли;
- 3) если к одному и тому же участку земли прикладывать все больше труда, это не приведет к росту урожая с него в той же пропорции, поскольку урожай зависит не только от труда, но и от естественной плодородности почвы. Больше, чем она может родить, от нее не возьмешь.

Проведя расчеты, Мальтус сделал заключение: как бы человечество ни старалось, количество продуктов питания, которое оно может получить от сельского хозяйства, возрастает лишь в арифметической прогрессии. Напомним: арифметическая прогрессия — это последовательность чисел, в которой каждое последующее число получается из предыдущего увеличением на одну и ту же абсолютную величину. Например, 1, 2, 3, 4, 5 — арифметическая прогрессия с разностью 1.

А поскольку арифметическая прогрессия возрастает медленнее, чем геометрическая, то из расчетов Мальтуса следовало: если рост численности населения Земли не будет ограничиваться, то людям неизбежно грозит страшный голод. Отсюда Мальтус сделал вывод: с точки зрения интересов человечества следует положительно оценивать все факторы, ведущие к росту смертности, а именно эпидемии, голодный мор и войны.

Эта теория, пожалуй, самая мрачная из всех экономических учений. Но она имеет серьезные научные основания. И там, где производство и особенно сельское хозяйство организованы плохо, где урожаи низки, а собранное гнивает из-за нехватки хороших хранилищ, грустные выводы Мальтуса вполне подтверждаются. Чтобы убедиться в этом, достаточно познакомиться со статистикой смертей от голода и эпидемий в беднейших странах мира.

§ 76. Факторы ускорения экономического роста

За счет каких именно факторов можно все-таки ускорить экономический рост и вырваться из ловушки, предсказанной Мальтусом?

Таких факторов несколько, и схематически они показаны на рис. 21.5. Итак, нарушить закономерности экономического роста, обнаруженные Т. Мальтусом, можно за счет следующих факторов:

1) *повышения капиталовооруженности труда*. Если в стране есть сбережения и если они инвестируются в ее экономику, то можно добиться того, чтобы накопление физического производственного капитала происходило быстрее, чем рост численности занятых в хозяйственной деятельности. Этот процесс приводит в итоге к повышению **капиталовооруженности труда**.

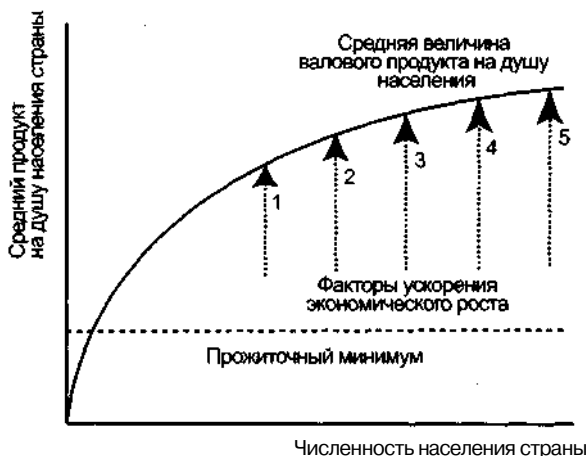


Рис. 21.5. Изменение закономерностей экономического роста под влиянием факторов его ускорения (1 — рост капиталовооруженности труда;

2 — совершенствование технологии производства на основе использования достижений науки и техники; 3 — повышение образовательного уровня работников; 4 — улучшение методов распределения ограниченных ресурсов; 5 — проявление эффекта масштаба производства)

Капиталовооруженность труда — средняя стоимость физического производственного капитала, приходящаяся на одного занятого в хозяйственной деятельности.

Рост капиталовооруженности труда ведет к росту производительности труда, а следовательно, к обгоняющему увеличению объема производимых благ по сравнению с числом занятых этим производством людей (рис. 21.6).



Рис. 21.6. Роль сбережений и инвестиций как факторов ускорения роста капиталовооруженности труда и объема производства благ

Но одно только повышение капиталовооруженности труда не могло бы обеспечить возможностей для устойчивого роста благосостояния граждан на основе экономического роста. Для этого необходимо, чтобы действовали и другие факторы;

2) *прогресс науки и техники*. Двадцатый век стал веком научно-технической революции. И не столько в силу лавинообразного роста научных знаний, сколько в силу их быстрого и массового использования для производства товаров и оказания услуг.

Последнее привело к принципиальному изменению множества технологий и гигантскому увеличению на этой основе производительности труда. Кроме того, научно-технический прогресс открыл возможности для смягчения последствий той ограниченности природных ресурсов, которая некогда стала основой для пессимистичных выводов Т. Мальтуса.

В этой связи стоит напомнить о событии, которое стало заметной вехой в продолжающемся уже почти два века споре сторонников и про-

тивников теории Мальтуса. Речь идет о пари на 1000 долл. между двумя американцами — знаменитым экологом-мальтузианцем Полом Р. Эрлихом и экономистом Джулианом Л. Саймоном, противником теории Мальтуса. Пари было заключено ни много ни мало на 10 лет, а в качестве критерия для оценки сбываемое™ прогнозов Мальтуса спорщики приняли цены на 5 металлов: медь, никель, олово, вольфрам и хром.

При этом логика спора была такова: если теория Мальтуса справедлива, то за 10 лет в силу непрерывного роста народонаселения Земли и истощения запасов полезных ископаемых цены на избранные для пари металлы должны повыситься. Здесь действовала неоспоримая, на первый взгляд, экономическая логика: раз предложение сокращается, а спрос, в силу увеличивающейся численности жителей планеты, растет, то цены обязаны подняться.

Саймон же утверждал: изобретательность человека и ее детище — научно-технический прогресс — могут компенсировать любой рост численности населения планеты и обеспечить ее жителям все более высокий уровень жизни. И он оказался прав: несмотря на рост численности населения Земли за 10 лет на 800 млн человек, цены на все пять металлов упали;

3) *повышение образовательного уровня работников.* Образованный работник — лучший работник». Эта истина стала особенно очевидной в XX в., когда главным двигателем повышения производительности оказалось освоение достижений научно-технического прогресса. Работа на новом, более производительном оборудовании, а также быстрое овладение навыками изготовления новых видов продукции потребовали не просто профессиональной квалификации, но и повышения уровня образованности работников.

Поэтому в экономическую науку вошло понятие **человеческий капитал**, инвестиции в увеличение которого часто дают большее ускорение экономического роста, чем инвестиции в физический капитал;

Человеческий капитал — знания и умения людей, **накопленные ими** благодаря предыдущему **обучению и опыту**.

4) *улучшения методов распределения ограниченных ресурсов.* Страна не может быстро увеличить объем таких имеющихся в ее распоряжении ресурсов производства, как численность квалифицированных работников, площадь пригодных для использования земель или природные богатства (порой это невозможно и в долгосрочной перспективе). Но использовать ограниченные ресурсы можно лучше или хуже.

Это зависит от применяемых в данной стране методов распределения таких ресурсов между различными отраслями и видами произ-

водств. Именно в организации подобного распределения состоит главная задача различных экономических механизмов. Поэтому совершенствование экономических механизмов играет очень большую роль в том, каких темпов экономического роста стране удастся добиться.

Часто эта роль даже важнее богатства страны природными ресурсами. Например, СССР, обладая огромными природными ресурсами, гигантской промышленностью и высококвалифицированными работниками самых различных профессий, так и не смог обеспечить высокий уровень благосостояния своих граждан. Стране не удалось решить даже самую простую задачу — накормить свое население за счет продукции собственного сельского хозяйства (табл. 21.1).

Таблица 21.1

**Сопоставление итогов экономического развития СССР
с результатами, достигнутыми другими странами
(1983 г., по данным зарубежных источников)**

Экономические показатели	Страна			
	США	Япония	ФРГ	СССР
Реальный ВВП* на душу населения, долл.	13 492	9149	8800	6490
Реальные темпы роста в год за 1975—1983 гг., %	2,61	4,45	1,76	2,29
Военные расходы, % от ВВП	6,6	0,9	5,8	14,1
Производство электроэнергии на душу населения за год, кВт	9923	4990	6287	5074
Производство стали на душу населения за год, млн т	0,32	0,81	0,43	0,55
Число жителей в расчете на 1 легковой автомобиль	1,8	4,5	5,5	26,0
Производство мяса на душу населения за год, фунты	157,6	34,8	219,7	99,8
Число телевизоров на 1000 человек	790	556	358	70
Расходы на образование, % от ВВП	6,8	5,7	5,5	6,6
Число умерших новорожденных на 1000 родов	11	8	11	118
Средний темп роста численности населения в 1970—1985 гг.	0,95	0,90	-0,15	0,90

* ВВП — валовой национальный продукт, т. е. стоимость произведенных страной в течение года тех конечных продуктов всех видов, при изготовлении которых использовались только факторы производства, принадлежащие гражданам, фирмам и населению в целом именно данной страны.

Как можно увидеть из данных таблицы, в 1983 г. — в канун перестройки — СССР имел реальный ВВП на душу населения в 2,08 раза меньше, чем в США. При этом жители СССР были обеспечены меньше, чем американцы, легковыми автомобилями — в 14,4 раза, телевизорами — в 11,3 и мясом — в 1,6 раза. Детская смертность в нашей стране была выше, чем в США, в 10,7 раза (а по сравнению с Японией — даже в 14,7 раза). В то же время СССР по производству электроэнергии уступал США лишь на 49%, но зато производил стали в расчете на душу населения и тратил на оборону почти в два раза больше, чем США.

Иными словами, на производство конечных благ тратилось слишком много ресурсов, т. е. экономика страны была технически неэффективной и притом непосильно для народа милитаризованной.

Причина столь невеселых итогов экономического роста нашей страны в XX в. состояла в том, что в советском государстве были полностью разрушены рыночные механизмы распределения ограниченных ресурсов. А эти механизмы — при всех их несовершенствах — пока лучшее, что смог создать человеческий разум. Придуманные на замену им механизмы планового управления экономикой решали задачу распределения ресурсов куда хуже. И это стало главной причиной все более заметного падения темпов экономического роста СССР во второй половине века, когда ослабли импульсы подъема, рожденные индустриализацией и урбанизацией 20—30-х годов;

5) *проявления эффекта масштаба производства*. Увеличение масштабов производства (на основе организации массового выпуска продукции) дает возможность экономить ресурсы и наращивать выпуск продукции быстрее, чем растут объемы некоторых из используемых для этого ресурсов.

Например, в большом цехе крупного завода можно поставить такое мощное оборудование, какое не вместится в цеха маленького предприятия. И тогда на один метр площади цеха завода-гиганта будет приходиться больше готовой продукции, чем на малых предприятиях. А значит, создание большого завода позволит увеличить выпуск продукции в большей мере, чем можно было бы сделать, организовав несколько мелких предприятий с той же общей площадью цехов. Поэтому создание крупных производств стало важным источником ускорения экономического роста. Однако важно, чтобы масштабы производства не стали слишком велики, рождая монополизм, который, напротив, является тормозом экономического роста.

Чтобы оценить влияние перечисленных выше факторов на темпы экономического роста, воспользуемся данными известного американского экономиста Эдварда Денисона. Он сумел разложить общий экономический рост США за период 1929—1982 г. по факторам. Полученные им результаты показаны на рис. 21.7.

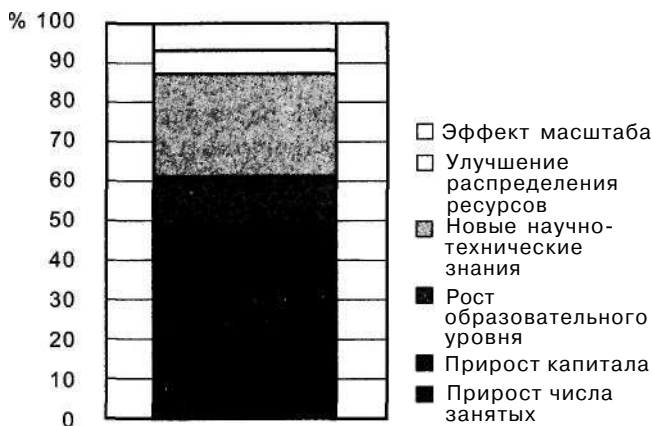


Рис. 21.7. Роль различных факторов в общем экономическом росте США в 1929-1982 гг.

Как видно на рисунке, наибольший вклад в экономический рост США в XX в. внесли два фактора: увеличение числа занятых и использование новых научно-технических знаний.

Первый из этих факторов относится к числу факторов **экстенсивного роста**, а второй — к факторам **интенсивного роста**.

II **Экстенсивный** рост — увеличение производственных возможностей страны за счет **расширения** масштабов использования ресурсов.

Нетрудно понять, что чем в большей мере экономический рост в стране носит характер интенсивного, тем менее ей страшны прогнозы Мальтуса. Например, если мы посмотрим с этой точки зрения на приведенные выше данные о факторах экономического роста в США, то обнаружим, что за счет интенсивных факторов этот рост был обеспечен более чем наполовину. Поэтому даже если в США прекратится увеличение числа занятых и почти не будет расширяться объем капитала фирм, экономический рост здесь не остановится.

Интенсивный рост — увеличение производственных возможностей страны за счет более рационального использования того же, что и прежде, объема ресурсов.

Анализ такого рода данных имеет большое значение и для нашей страны. Сегодня в России уже нельзя делать ставку на экстенсивный

рост— эти возможности мы исчерпали в основном в 1930—1950-х гг., когда в огромных масштабах проводились индустриализация и урбанизация.

Последний импульс экстенсивного роста наша страна получила в 1960—1970-х гг. при разработке новых огромных месторождений нефти и газа. Но когда возможности экстенсивного роста были исчерпаны, а факторы интенсивного роста действовать не начали, темпы роста в нашей стране стали неуклонно падать (рис. 21.8).

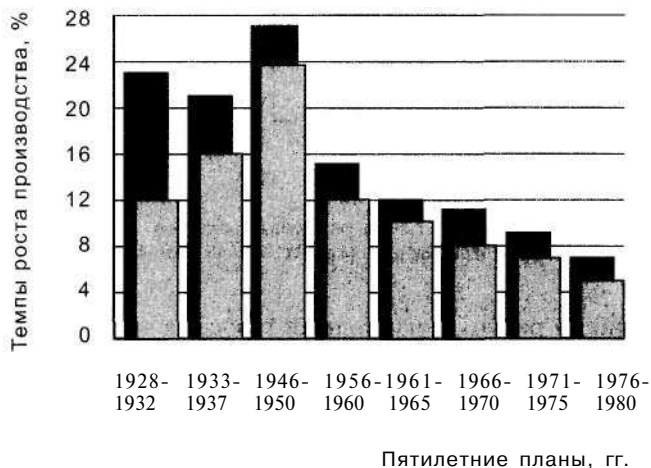


Рис. 21.8. Соотношение плановых и фактических темпов роста экономики СССР

Столбцы на заднем плане этого графика показывают те среднегодовые темпы, которыми экономика СССР должна была расти в соответствии с очередным пятилетним планом, а на переднем плане— те, какими экономика росла фактически. Сегодня наша страна может достичь высоких темпов экономического роста только за счет интенсивных факторов. Для этого необходимо:

- 1) ускоренно создавать современные экономические механизмы рыночного типа, чтобы улучшить распределение ограниченных ресурсов России;
- 2) обновить оборудование для повышения эффективности технологий;
- 3) сохранить научно-технический потенциал страны и систему образования, чтобы не сократился человеческий капитал.

§ 77. Экономическое развитие

Понятие «экономический рост» обычно используется для описания положения дел в экономиках наиболее богатых стран мира (т. е. стран с наивысшими уровнями валового продукта на душу населения).

Для описания ситуации в остальных странах, где на душу населения приходится куда меньшая величина валового продукта и, значит, уровень жизни намного ниже, чаще применяется понятие **экономическое развитие**.

Экономическое развитие — сочетание экономического роста и качественных изменений в условиях **и организации** хозяйственной жизни страны.

Причина, по которой экономическая наука ввела для обозначения процессов в менее богатых странах мира термин «развитие», состоит в том, что эти страны вынуждены решать в период роста несколько иные задачи, чем богатейшие страны мира.

Как правило, эти задачи состоят в следующем:

- 1) создание промышленности (индустриализация);
- 2) развитие городов и переселение в них значительной части сельского населения (урбанизация);
- 3) повышение культурного и образовательного уровня населения;
- 4) создание экономической инфраструктуры (строительство транспортных сооружений, прокладка сетей связи, строительство автодорог и портов, газификация, электрификация и т. п.);
- 5) развитие хозяйственных механизмов страны;
- 6) формирование хорошо образованного и состоятельного среднего класса в лице предпринимателей;
- 7) обеспечение хорошо функционирующей системы правовой защиты бизнеса (прежде всего, обеспечение обязательности выполнения хозяйственных договоров и неизбежности строгого наказания за их нарушение).

Иными словами, суть экономического развития состоит в модернизации всех аспектов хозяйственной жизни страны, т. е. в перенесении на свою почву самых совершенных способов организации производства и бизнеса, разработанных в наиболее развитых странах мира.

В XX в. мировым сообществом были созданы специальные международные организации, которые помогают развивающимся странам в проведении модернизации. К ним в первую очередь относятся организации, созданные при ООН: Мировой банк, ЮН ИДО (Организация ООН по промышленному развитию), а также Европейский банк ре-

конструкции и развития, Международный валютный фонд и др. Они помогают развивающимся странам и консультациями, и денежными средствами в форме кредитов, предоставляемых на особо льготных условиях.

Но международная помощь может принести пользу лишь той стране, которая сама активно создает условия для своего развития. Если при этом она успешно решает перечисленные выше задачи, то ее экономика получает возможность не просто производить больше благ, но делать это с повышенной эффективностью, а также осваивать выпуск более совершенных и качественных изделий. Максимально упрощенно одно из важнейших проявлений процесса экономического роста можно представить как изменение самой формы кривой производственных возможностей (рис. 21.9).



Рис. 21.9. Результаты экономического развития

Что касается экономики России, то первые три из перечисленных выше проблем обеспечения экономического развития в нашей стране уже решены. Практически завершён процесс урбанизации: доля городского населения в 1995 г. составила 73%, что соответствует уровню США и других промышленно высокоразвитых стран мира (в слаборазвитых странах в городах живет лишь 30% населения). То же самое можно сказать об индустриализации (вспомним, что по доле промышленности в валовом продукте Россия находится на первом месте в мире). Существует огромная сеть образовательных учреждений.

Но четыре остальные предпосылки экономического развития в нашей стране обеспечены куда хуже:

- *экономическая инфраструктура развита крайне слабо*. Российские автодороги находятся в плачевном состоянии, железнодорожная сеть страны устарела и развита недостаточно. Многие населенные пункты не газифицированы, а очередь на установку телефона длится годами даже в ближнем Подмосковье. После распада СССР Россия лишилась многих морских портов, что уже напрямую тормозит развитие внешнеторговых операций;
- *хозяйственные механизмы рыночного типа находятся еще в самой начальной стадии развития* и пока совершенно не способны формировать процессы на макроэкономическом уровне (это можно сказать и о банках, и о фондовом рынке, и о системе торговли, и о страховании);
- *крайне узок пока класс предпринимателей*, обладающих не только способностями и отвагой для ведения собственного бизнеса, но и знаниями о том, как это делать наиболее рационально, а также стартовым капиталом для создания собственной фирмы;
- *чрезвычайно плохо работает система правовой защиты бизнеса* и от рэкета, и от необязательности партнеров по сделке. Отстоять свои интересы в суде или в арбитраже российскому бизнесмену пока крайне трудно.

Решение этих проблем происходит в нашей стране очень медленно. Между тем мы начинаем терять даже те предпосылки экономического развития, которыми обладали раньше: разрушаются промышленность и объекты инфраструктуры, начинает деградировать система образования, подготовки кадров и наука. Наша страна все отчетливее начинает вращаться в «порочном круге слаборазвитое™».

На рис. 21.10 показано, как этот круг функционирует в экономиках многих слаборазвитых стран. Разрывать его обычно удается только с помощью иностранных инвестиций, поскольку в самой стране денег на это просто нет.

Для нашей страны вид этого круга пока несколько иной (рис. 21.11), поскольку склонность к сбережениям высока, но деньги в развитие отечественного производства инвестируются в недостаточном объеме. Например, в 2000 г. объем инвестиций в российскую экономику составил примерно 44 млрд долл., но только 23% этих инвестиций были долгосрочными, т. е. пошли на строительство новых производственных сооружений и покупку нового оборудования. Остальные вложения были краткосрочными, т. е. пошли на закупку запасов сырья и тому подоб-

ные текущие нужды. В то же время более 15 млрд долл. российские предприятия и организации инвестировали за рубеж (и это только легальные инвестиции, а сколько денег ушло нелегально — могут оценить только эксперты). Поэтому хотя капиталовооруженность в России была ранее высока, теперь она снижается из-за того, что инвестиций в обновление промышленности явно недостаточно (оценки экспертов говорят о том, что России ежегодно нужны инвестиции на сумму около 70 млрд долл.), а оборудование устарело и его приходится выводить из эксплуатации, чтобы избежать аварий и человеческих жертв.



Рис. 21.10. Порочный круг слаборазвитое™ (вариант развивающихся стран)

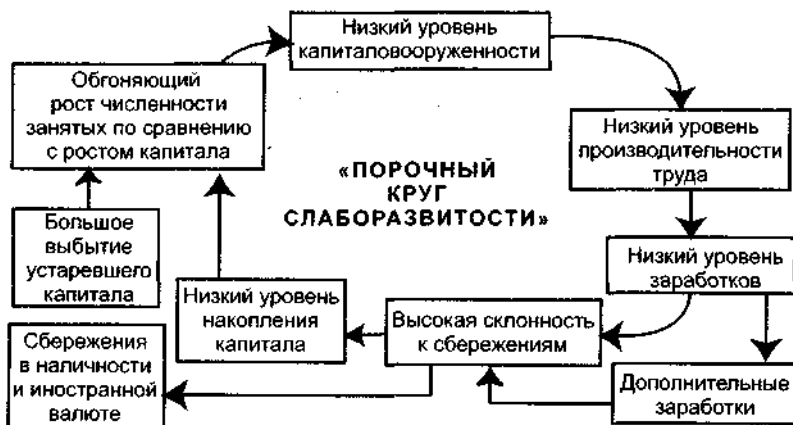


Рис. 21.11. Порочный круг слаборазвитое™ (русский вариант)

Мы еще можем вырваться из «порочного круга слаборазвитоеTM», если сумеем убедить граждан инвестировать в собственную экономику.

Для этого России необходимо:

1) иметь стабильное руководство страны и устойчивую долгосрочную экономическую политику, понятную большинству населения;

2) укрепить правопорядок и обеспечить защиту прав частной собственности, в том числе гарантировать права инвесторов и максимально защитить их от опасности вложения средств в мошеннические фирмы;

3) стимулировать спрос на внутреннем рынке и помогать отечественным фирмам в проникновении на мировые рынки.

Но даже при полном выполнении всех этих условий восстановление устойчивого экономического развития России будет делом непростым и небыстрым.

Реформы, проводившиеся в стране с начала 90-х годов, перевели кризис устаревшей, низкоэффективной экономики страны из скрытой формы в явную. Либерализация цен в монополизированной экономике вызвала их скачкообразный рост и высокий уровень инфляции в стране. Открытие внутреннего рынка для импортных товаров сделало очевидной неконкурентоспособность многих видов отечественной продукции. И наконец, сокращение платежеспособного спроса как со стороны населения, так и со стороны предприятий привело к спаду производства (по сравнению с 1990 г. промышленность, по данным официальной статистики, потеряла почти половину своего объема).

Чтобы сохранить Россию как промышленную державу, фирмы которой производят конкурентоспособную продукцию, нам предстоит изменить всю структуру отечественной экономики.

Сегодня нельзя говорить об экономическом росте в России после спада, происходившего на протяжении первой половины 90-х годов, просто как о возврате к ранее сложившейся кривой производственных возможностей: сама система и ее производственные возможности были ориентированы на совершенно иную систему спросов, в частности на гипертрофированное (по отношению к возможностям и реальным нуждам страны) производство военной продукции.

Вот почему для нашей страны экономический рост в перспективе будет неизбежно сопряжен с изменением структуры производства за счет сокращения масштабов выпуска продукции для армии и увеличения масштабов выпуска продукции для населения.

С этих позиций проблема экономического развития в России может быть представлена так, как показано на рис. 21.12.

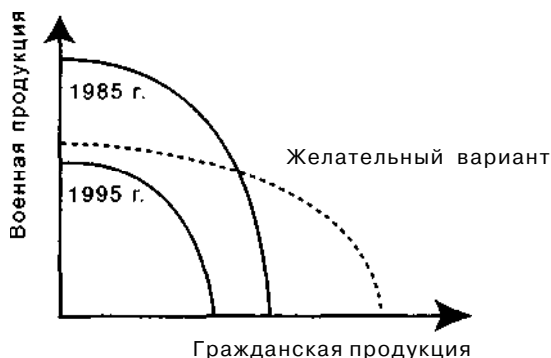


Рис. 21.12. Существующий и желательный варианты стратегии экономического развития России

Именно такой стратегии и соответствует кривая производственных возможностей, обозначенная на этом рисунке как «желательный вариант».

§ 78. Цикличность экономического роста и методы ее регулирования

Анализ собственного опыта нынешнего поколения россиян и изучение экономической статистики других стран, например ФРГ (рис. 21.13) доказывают, что экономический рост и экономическое развитие — процессы, развитие которых ни одной стране не гарантировано. Более того, экономический рост может сменяться спадом или застоем в хозяйстве.

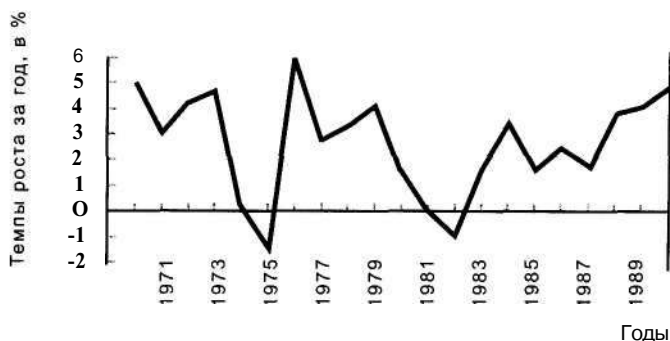


Рис. 21.13. Колебания темпов экономического роста в ФРГ

Эта неравномерность развития хорошо видна на рисунке: в Федеративной Республике Германии год от года менялись темпы экономического роста. Обратите внимание, что в 1975 г. объем производства сократился на 1,4%, а уже в следующем, 1976 г., возрос на 5,6%.

Но почему в экономике может нарушаться тенденция к росту и даже возникать спад? Ведь это противоречит главной цели экономической жизни общества — обеспечению быстрейшего роста благосостояния граждан страны. Да и механизм рынка, казалось бы, не должен допускать таких ситуаций: он же заставляет изготавливать только те товары, которые обществу реально нужны, и делать это так, чтобы величина добавленной стоимости была положительной, а владельцы собственности получали прибыль и иные формы доходов. А это в свою очередь заставляет фирмы производить не больше и не меньше товаров, чем они смогут реально продать с прибылью.

Все это так. Тем не менее довольно давно практики и ученые-экономисты заметили: ситуация на отдельных товарных рынках постоянно то улучшается — объем продаж увеличивается, то ухудшается — объем продаж падает. Причины могут быть самые разные, например природно-климатические. Скажем, засуха может вызвать сокращение предложения зерна или хлопка и породить рост цен и ухудшение условий деятельности для отраслей, перерабатывающих эти сельскохозяйственные продукты.

Но уже в XIX в. экономика многих индустриально развитых стран мира столкнулась с явлением, получившим название **экономического кризиса**. В такой ситуации ухудшение условий хозяйственной деятельности происходило уже не только на отдельных товарных рынках, но и во всей стране в целом. Например, в США во времена Великой депрессии 1930-х гг. величина ВВП сократилась более чем на 31%, оптовые цены из-за невозможности сбыта товаров упали на 40%, а уровень безработицы возрос почти в 8 раз и достиг 25% численности трудоспособного населения. Полностью из этого кризиса экономика США вышла только в 1940-х гг., когда нужды армии и поставки союзникам подстегнули спрос.

Причины и закономерности столь масштабных и тяжелых кризисов, естественно, стали темой серьезных размышлений ученых-экономистов. Тогда впервые возникла мысль о том, что, возможно, за краткосрочными колебаниями соотношений спроса и предложения на отдельных рынках скрываются более глубокие и долгосрочные процессы.

Именно это послужило основой формирования теории **экономических (деловых) циклов**, активно развиваемой современной экономической наукой.

Экономические (деловые) циклы — период времени, в течение которого экономика страны проходит две основные фазы: подъем и спад.

Обычно экономисты выделяют в цикле следующие типичные стадии (фазы):

- 1) *подъем* — когда масштабы производства расширяются;
- 2) *спад* — когда масштабы производства сужаются;
- 3) *пик* — когда расширение масштабов производства сменяется спадом;
- 4) *низшая точка* — когда спад сменяется подъемом.

Графически экономический цикл можно изобразить так, как это показано на рис. 21.14.

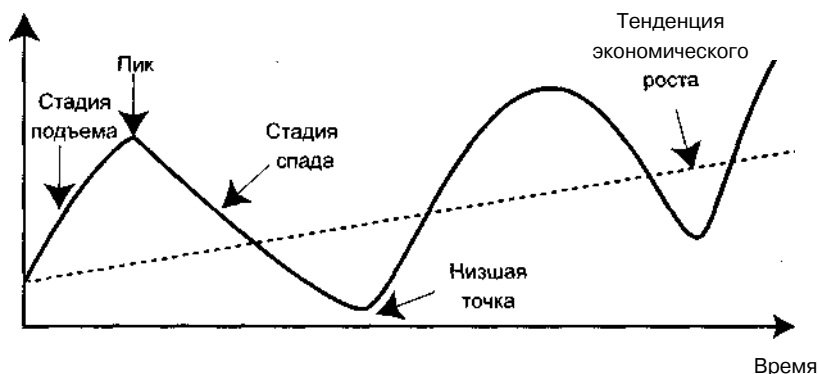


Рис. 21.14. Стадии (фазы) экономического цикла

Существует множество теорий экономических циклов. Например, некоторые ученые связывают чередование фаз с тем, как обновляются и меняются по величине запасы на складах промышленных и торговых предприятий. Периодически в силу изменений спроса эти запасы начинают возрастать, и тогда объем закупок новых товаров сокращается. Так продолжается до тех пор, пока запасы не «рассасываются» и не возникает большая потребность в закупках новых товаров.

Другие экономисты связывают цикличность с появлением принципиально новых товаров, которые существенно меняют структуру спроса и порождают проблемы со сбытом устаревших товаров и необходимостью существенной перестройки сферы производства. К такого рода

изделиям (если взять для примера сферу потребительских товаров) можно отнести, например, цветные телевизоры, персональные компьютеры, видеокамеры и т. д.

Третьи ученые считают, что циклы порождаются периодическими кардинальными изменениями технологической основы производственной деятельности.

На самом деле важно не только найти единую причину экономических циклов, но и, главное, научиться сглаживать цикличность экономического роста и предотвращать чрезмерно сильные спады производства.

Сегодня общепризнанно, что решение этой задачи требует активного участия государства. Полагаться только на рыночные механизмы здесь нельзя.

Смягчение цикличности экономического развития — самая сложная из проблем, которые приходится сегодня решать любой стране. И все же к концу XX в. многие страны научились хотя бы сглаживать пики колебаний экономической конъюнктуры и предотвращать разрушительные кризисы.

Для решения этой задачи используется много разнообразных экономических инструментов и типов государственной политики. Назовем наиболее действенные из них для стран, в экономике которых существуют развитые рыночные механизмы, а деньги давно стали самым дефицитным ресурсом.

При чрезмерно высоких темпах экономического роста, угрожающих взрывом инфляции, может проводиться *политика «денежного сдерживания»*.

Ее смысл состоит в сокращении предложения денег на рынке капиталов. Следствием такой политики становится удорожание денежных средств и соответственно сужение возможностей для их выгодного вложения в расширение производства. Это замедляет экономический рост, и «перегретая» экономика постепенно «остывает».

Такой политикой в последние годы, например, активно пользовался Китай, где темпы роста за год стали измеряться двухзначными цифрами и в воздухе повисла угроза галопирующей инфляции.

Для сокращения предложения денег на рынке капиталов применяются многие способы. Например, государство может:

- 1) *повысить налоги* под предлогом расширения социальных программ и тем самым уменьшить размеры чистых прибылей фирм и сбережений граждан — источников инвестиций;
- 2) *повысить резервные требования для банков*, чтобы сократить возможности для кредитной эмиссии;

3) *начать продавать на рынке капиталов все большее количество своих ценных бумаг*. Тогда свободные деньги уйдут с этого рынка и переместятся в государственный бюджет.

Напротив, если экономика вошла в фазу спада и надо добиться быстрого возобновления экономического роста, государство может:

1) *понижить налоги*, чтобы увеличить размеры чистых прибылей фирм и сбережений граждан, а значит, и создать возможности для увеличения инвестиций;

2) *понижить резервные требования для банков*, чтобы увеличить возможности для кредитной эмиссии;

3) *сократить продажу ценных бумаг и скупить ранее выпущенные облигации и казначейские векселя*. Это приведет к тому, что на денежном рынке предложение денег возрастет. Они станут в результате более «дешевыми», т. е. за их использование придется платить кредиторам менее высокие проценты.

Такой дополнительный «денежный адреналин» может взбодрить экономику, и она начнет набирать темпы роста. Подобную политику проводил, например, Рональд Рейган, избранный президентом США в 1980 г. (в его честь эту политику обычно называют «рейганомикой»). В частности, он реформировал систему налогов, существенно уменьшив их.

Надо сказать, что «рейганомика» дала некоторый результат — экономическое развитие США ускорилося. Но платой за это стало возрастание дефицита государственного бюджета и государственного долга, а также усиление инфляционных процессов.

Это лишь один из примеров того, сколь трудным делом является макроэкономическое регулирование. Выбор безошибочной политики требует учета столь многих факторов, такого точного прогнозирования разнообразных экономических и социальных процессов, что это можно считать самой сложной из задач, которые вообще приходится решать человечеству.

Особенно трудно решать эту задачу в тех странах, где рыночные механизмы только формируются и управлять экономикой лишь путем регулирования денежной массы крайне сложно, а порой и невозможно.

К таким странам относится и Россия. Поэтому здесь приходится искать комбинации различных методов: управление денежной массой, государственные субсидии, государственные инвестиции, регулирование цен и т. д.

Тем не менее задача управления экономическим ростом может быть решена в экономиках самого различного типа. Мировая история знает немало примеров успешных макроэкономических программ. Например,

очень успешной оказалась такая программа в Японии, где ее разработкой руководил знаменитый американский экономист российского происхождения, лауреат Нобелевской премии по экономике Василий Леонтьев.

Другое дело, что универсальных рецептов макроэкономической политики не существует. Каждой стране приходится самостоятельно находить наилучший для ее экономики состав «лекарства от кризисов», нередко методом проб и ошибок. Именно этот процесс переживает сегодня и Россия.

Сказать, что сегодня в нашей стране уже создана долгосрочная макроэкономическая программа, способствующая ускорению выхода России из кризиса и ее экономическому росту, еще нельзя, хотя правительственных документов такого рода подготовлено немало. Для ее рождения нужна политическая стабильность, которая в нашей стране начала складываться только на рубеже XX и XXI вв. А поэтому существуют только различного рода прогнозы относительно перспектив экономики страны.

Все прогнозы сходятся в том, что в ближайшее время нам придется отказаться от еще существующих массовых социальных гарантий (бесплатности образования, здравоохранения, получения жилья и т. д.) — на них просто не будет хватать денег. Уже сегодня на это тратятся преимущественно доходы от экспорта сырья, — но они слишком сильно зависят от цен на мировых рынках, и падение таких цен обычно вызывает в нашей стране тяжелые экономические катаклизмы. Примером именно такого развития событий в 1995 г. стали массовые задержки с выплатой пенсий — в Пенсионном фонде страны не было денег. Чтобы разрядить обстановку, президенту пришлось распорядиться о продаже части золотого запаса страны. Аналогичным образом, падение мировых цен на нефть в 1997—1998 гг. привело к краху рынка государственных краткосрочных облигаций, банкротству ряда крупнейших банков, потере сбережений многими гражданами и девальвации рубля.

Правда, девальвация рубля на время искусственно сделала продукцию отечественных предприятий более конкурентной по сравнению с импортными товарами. Это привело к началу экономического роста. Так, в январе 2001 г. валовой продукт страны был больше, чем в январе 2000 г., на 7,7%. Начал расти и уровень жизни населения — реальные доходы за тот же период повысились на 9,4%, а средняя заработная плата почти на 16%, перевалив к лету 2001 г. за 100 долларов в месяц. Но говорить о том, что в стране уже созданы условия для устойчивого ежегодного увеличения ВВП на 5—6% на протяжении, скажем, 10—15 лет, пока трудно.

В 2000 г. ВВП России (если оценить его по официальному валютному курсу) составил около 248 млрд долл. США, и это соответствует примерно 21—22-му месту в мировой таблице о рангах, где место страны определяется абсолютной величиной ее годового ВВП. Но при этом наша страна пока сползает в этом списке вниз, а не поднимается вверх: ее обгоняют Китай, Бразилия, Индия, Мексика, Индонезия и Южная Корея, где темпы экономического роста выше. А в таблице ООН по ранжированию стран по величине ВВП на душу населения мы находимся на 120-м месте. Что касается дальнейшей перспективы, то некоторое представление о ней дает прогноз экспертов Мирового банка на 2030 г. (рис. 21.15).

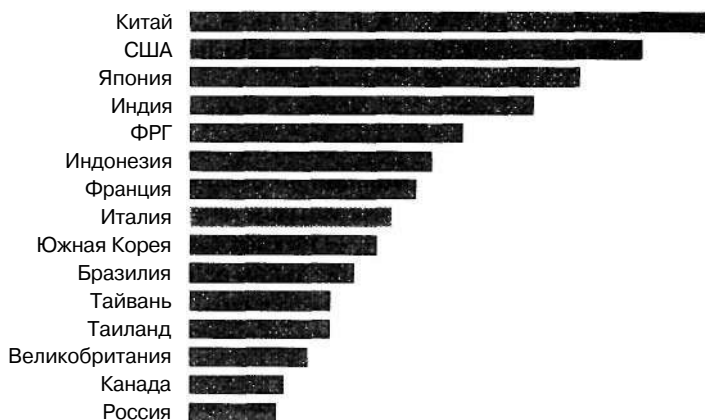


Рис. 21.15. Прогноз места России в мировой экономике к 2030 г. (исходя из абсолютной величины ВВП)

Чтобы эти прогнозы не сбылись и перспективы экономического роста в России в XXI в. оказались более благоприятными, необходимы политическое согласие нации относительно курса экономических преобразований и стабильное руководство в стране, которое обеспечило бы дальнейшее ускоренное формирование рыночных механизмов. Только тогда Россия сможет добиться устойчивого роста ВВП не менее чем на 15% в год — условие, без которого она и к середине XXI в. не сможет вернуться в число лидеров мировой экономики.

Основные выводы

1. Для обеспечения все более полного удовлетворения потребностей людей каждой стране приходится добиваться устойчивого увеличения своих производственных возможностей. Этот процесс называется экономическим ростом. Наиболее точным измерителем экономического роста является изменение величины валового национального продукта в расчете на душу населения страны, т. е. средний продукт на одного жителя. Если общая производительность хозяйства страны растет медленнее, чем численность ее населения, средний продукт будет падать, и в худшем варианте это приведет к нищете и голоду, а затем и к вымиранию части нации. Спасти человечество от такой беды помогает ускорение экономического роста, а также регулирование рождаемости.

2. Ускорение экономического роста может быть достигнуто прежде всего за счет увеличения масштабов использования ресурсов производства. Это называется экстенсивным ростом. Особенно большие возможности для ускорения роста открывает использование таких факторов, как повышение капиталовооруженности труда; совершенствование технологии производства на основе достижений науки и техники; улучшение экономических механизмов, способствующих распределению ограниченных ресурсов; повышение уровня образованности работников и т. п. Эти факторы обеспечивают интенсивный рост, значение которого со временем все повышается. Именно благодаря интенсивному росту можно избежать угрозы голода, порождаемой ростом численности населения и убывающей предельной производительностью факторов производства.

3. В странах, которые не относятся к числу мировых лидеров по уровню производительности экономики, измеренному величиной ВВП на душу населения, для обеспечения экономического роста приходится решать ряд специфических задач. Для этих стран правильнее говорить не об экономическом росте, а об экономическом развитии. В это понятие, кроме собственно увеличения возможности устойчиво производить больше благ, входит также решение задач индустриализации, урбанизации, обеспечения всеобщего образования и воспитания собственных интеллектуальных кадров, строительства экономической инфраструктуры, а также развития рыночных механизмов и создания хороших условий для деятельности отечественных предпринимателей. Некоторые из этих задач необходимо решить и России, чтобы обеспечить себе стабильный экономический рост и не попасть в «порочный круг слаборазвитое™», когда бедность населения не позволяет собрать средства на развитие эко-

номики, а слабо развитая экономика не в силах повысить доходы населения страны.

4. Экономический рост и экономическое развитие редко отличаются стабильностью на протяжении десятилетий. Более частым явлением для стран с рыночной экономикой становятся периодические колебания объемов ВВП. Такие колебания получили название экономических (деловых) циклов. Каждый цикл включает в себя несколько типичных фаз: подъем, спад, пик и низшую точку. Экономические циклы бывают различной протяженности и порождаются разными причинами. На ход циклов можно влиять, сглаживая глубину спада и тормозя слишком быстрый подъем, если он угрожает породить инфляцию. Управление коммерческими циклами — чрезвычайно сложная задача, успешно решить которую правительство может лишь в том случае, если в стране существуют достаточно развитые рыночные механизмы. Лишь через эти механизмы можно регулировать экономические циклы с достаточной степенью надежности.

Контрольные вопросы

1. Зачем человечеству нужен экономический рост?
2. С помощью какого показателя точнее всего можно оценить темпы экономического роста?
3. Почему развитые страны мира поощряют рождаемость, а беднейшие — стремятся ее ограничить?
4. Каковы основные факторы ускорения экономического роста?
5. Почему роль инвестиций в человеческий капитал растет по мере ускорения технического прогресса и падения рождаемости?
6. Какое влияние на экономический рост оказывают недоверие россиян к финансовым посредникам и стремление держать сбережения в наличных деньгах и иностранной валюте?
7. Чем экономическое развитие отличается от экономического роста и по отношению к каким странам обычно употребляется понятие «развитие»?
8. Какие предпосылки экономического развития в России наиболее слабы?
9. Как России избежать попадания в «порочный круг слабо развитости»?
10. Каковы основные фазы коммерческого (экономического) цикла и в какой из них сейчас находится хозяйство России?
11. Что такое экономический кризис и каков его главный признак?

12. Почему изменение величины резервных требований для коммерческих банков помогает регулировать темпы экономического роста?

Вопросы для обсуждения

1. Что можно сказать об экономике страны, если разница между темпами роста общей величины ВВП и средней величины ВВП на душу населения увеличивается быстрее, чем растет численность населения этой страны?

2. Почему для России сегодня практически единственным возможным вариантом стал интенсивный экономический рост?

3. На протяжении 1930—1950-х гг. СССР не сталкивался с проблемой замедления экономического роста или спадом производства. В силу каких причин это происходило?

ГЛАВА 22.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВА

О чем нельзя забывать, как это о простой истине:
все, что правительство дает, оно сначала забрало.

Джон С. Колеман

Президент России В. В. Путин летом 2001 г. просил правительство страны озаботиться подготовкой к зиме, чтобы люди не замерзли в своих домах. Странно, неужели правительство должно заниматься таким мелким вопросом? На первый взгляд нет. Но не все так просто в нашей стране. И потому нам стоит разобраться в том, чем вообще должно в экономической сфере заниматься государство и почему в нашей стране на него возлагают ответственность за столь большое число проблем.

§ 79. Экономические свободы и роль государства в их защите

В предыдущих главах мы не раз встречались с фактами активного участия государства в экономических процессах: организации денежного обращения, регулировании рынка труда или поддержке беднейших граждан.

Но реальный круг экономических функций государства еще шире, и тема эта всегда является предметом ожесточенных споров экономистов, политиков, коммерсантов. Чтобы разобраться в причинах таких споров, следует рассмотреть роль государства в экономике и механизмы ее реализации более подробно.

Какие условия нужны любой стране, чтобы ее граждане хотели и могли вести активную хозяйственную деятельность?

Человечество пришло очень нелегким путем к пониманию необходимости для людей гарантированных экономических свобод:

- 1) свободы в распоряжении результатом своего труда и собственностью;
- 2) свободы предпринимательства;
- 3) свободы заключения сделок.

Свобода в распоряжении результатом своего труда означает, что человек имеет право на владение, пользование и распоряжение теми благами, которые он создал своим трудом или приобрел на заработанные деньги.

Иными словами, это та основа, на которой формируется личная и частная собственность. В стране, где такой экономической свободы нет, человек человеку — враг. Ведь если право распоряжаться результатом своего труда не гарантировано человеку обществом, то этот результат у него может отобрать любой. И тогда людям не остается ничего иного, как отстаивать право на плоды своих усилий с оружием в руках. Иной вариант — производить столько, сколько сможешь съесть на месте. Третий — жить подальше от других людей, чтобы они не пришли тебя ограбить.

Свобода предпринимательства — это право самостоятельно выбирать, что и как делать в сфере экономики. Такая свобода означает, что предпринимателю никто не вправе диктовать, какие блага и каким способом производить, — решить это вправе лишь он сам. Только при этом условии человек может принимать на себя ответственность за результаты своей деятельности.

Свобода заключения сделок — это право человека самостоятельно выбирать, кому и на каких условиях продавать созданные им блага. Именно это право является главным условием развития торговли, поскольку только при его наличии человек действительно полностью свободен в своей хозяйственной деятельности и может принять на себя весь риск ее осуществления. К сожалению, люди — не ангелы, и потому любая свобода требует защиты, а иначе ее отбирают силой. И именно такая защита свобод, в том числе и экономических (т. е. их гарантирование), — главная и постоянная задача любого государства (рис. 22.1).

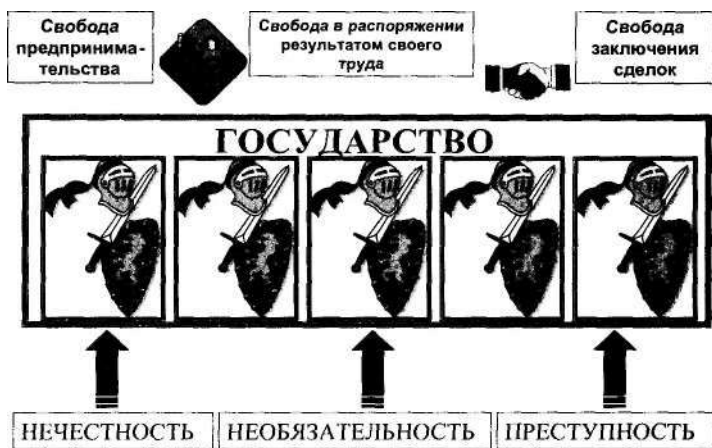


Рис. 22.1. Государство — защитник экономических свобод

Поиск наилучших способов защиты экономических свобод занял многие века и в конце концов привел к созданию стройного механизма, включающего:

- правовое закрепление права собственности;
- гражданское законодательство;
- суды;
- арбитражные суды;
- государственные органы, надзирающие за соблюдением экономических свобод и правил хозяйственной жизни (прокуратура, контрольные службы и т. д.).

Правовое закрепление права собственности. Оно означает, что общество и государство признают права людей (физических лиц) и фирм (юридических лиц) на имущество любого вида, которое ими создано, куплено, получено в виде подарка или унаследовано. Выше мы уже выяснили, что право собственности обеспечивает собственнику имущества возможность им владеть, пользоваться и распоряжаться.

Государство с помощью правовых служб (милиции, суда, прокуратуры) защищает такие права личности. Правда, и это очень важно, современное цивилизованное общество признает право собственника делать со своим имуществом все что угодно лишь до той поры, пока такое использование имущества не начинает приносить вред окружающим. Подробнее мы поговорим об этом чуть позже.

Гражданское законодательство. Правила поведения людей в хозяйственной жизни сегодня обычно регулируются массой государственных норм и законов, которые образуют важнейшую часть гражданского законодательства. Например, принятый в России Гражданский кодекс (часть I) регулирует:

- допускаемые в стране формы хозяйственных организаций;
- правила заключения хозяйственных договоров;
- порядок выполнения обязательств по договорам и т. д.

Суды. Если кто-то из участников хозяйственной деятельности нарушает правила, установленные гражданским законодательством, то пострадавшая сторона может обратиться в государственный суд за защитой. В гражданском судопроизводстве нет кары в виде тюремного заключения или ссылки. Здесь наказанием обычно является изъятие незаконно полученного имущества или выгод, а также всевозможные штрафы.

Арбитражные суды. Осуществление хозяйственной деятельности часто порождает споры между ее участниками. Для их разрешения могут быть использованы арбитражные суды. Это специальный орган, кото-

рый разбирает споры фирм между собой. Чаще всего это споры по поводу выполнения хозяйственных договоров. Решения арбитражных судов являются столь же обязательными для исполнения, как и решения судов, разбирающих уголовные и гражданские дела.

Государственные органы, надзирающие за соблюдением экономических свобод и правил хозяйственной жизни (прокуратура, контрольные службы и т. д.). Для защиты устоев нормальной хозяйственной жизни и экономических свобод государство обычно создает специальные организации. К их числу относится прежде всего прокуратура, которая надзирает за правильностью использования законов. Немаловажную роль играют и многочисленные государственные контрольные службы. Достаточно назвать, например, службу мер и весов, следящую за тем, чтобы килограммовая гиря у всех торговцев страны весила ровно 1000 г, а не 950 или тем более 800 г.

Если бы государство решало одни только перечисленные выше задачи, то и этого было бы достаточно, чтобы считать его одним из важнейших участников экономической жизни страны.

Но реально круг задач, которыми занимается государство, куда шире. Это связано с тем, что рыночные механизмы способны решить многие, но далеко не все экономические проблемы.

§ 80. Причины вмешательства государства в экономическую жизнь

Итоги долгого развития экономической теории можно свести к двум простым утверждениям:

1) рыночные механизмы способны решать главные экономические проблемы и делать это лучше, чем иные способы организации хозяйственной жизни общества;

2) рыночные механизмы не способны эффективно решать ряд задач, важных для общества в целом, а не только для отдельных граждан.

Хотя эти утверждения кажутся весьма незамысловатыми, осознание их как истин потребовало от человечества немалого труда и далось совсем непросто. Например, идеологи командной системы утверждали, что:

- после создания крупного машинного производства рынок исчерпал свои возможности рационального решения главных экономических задач;
- дальнейший экономический прогресс человечества будет возможен только тогда, когда люди научатся решать эти главные зада-

чи без помощи рынка — на основе составляемых государством централизованных планов.

Однако исследования противников этой теории, равно как и опыт практической реализации плановых систем в СССР и других социалистических странах, показали, что:

- механизм рыночной экономики обладает возможностями для дальнейшего развития и его функционирование можно улучшить;
- централизованное планирование не может решить основные экономические проблемы и в долгосрочном плане приводит к худшим результатам, чем использование рыночных механизмов.

Иными словами, рынок вовсе не стоит списывать в архив экономической истории. Его можно и далее успешно использовать на благо человечества. Надо лишь научиться компенсировать **слабости (несовершенства) рынка** и смягчать их последствия.

Слабости (несовершенства) рынка — неспособность рыночных механизмов решать некоторые экономические задачи вообще или наилучшим образом.

Причины слабостей рынка заключаются в том, что в реальной жизни никогда не удастся соблюсти все условия, которые позволяют рыночным механизмам почти идеально решать главные экономические проблемы общества.

Назовем наиболее важные из этих условий:

1) никто из продавцов или покупателей не должен иметь возможности влиять на формирование цен в большей мере, чем остальные участники рынка;

2) среди продавцов, с одной стороны, или покупателей — с другой, не должно существовать сговоров с целью выторговывания для себя более выгодных условий сделок;

3) всем участникам рынка должна быть доступна полная информация о положении дел на нем (кто, что, где, когда и по какой цене продает или покупает);

4) государство или общественные организации не должны вмешиваться в работу рынка по политическим или религиозным мотивам.

К сожалению, полностью соблюсти все эти условия — задача совершенно нереальная для любой страны. Например, мы уже говорили о неизбежности довольно большой дифференциации доходов граждан как условия действенного поощрения трудовой активности. Столь же повседневным явлением рыночной экономики становятся и попытки продавцов сговориться между собой для навязывания покупателям более высоких цен.

Но если условия для безошибочной работы рыночных механизмов нарушаются, то эти механизмы неизбежно начинают давать сбои. И тогда возникает необходимость во вмешательстве государства в экономическую жизнь общества.

Как правило, в условиях смешанной экономической системы государство берет на себя решение нескольких задач:

- 1) устранение последствий, порождаемых слабостями (несовершенством) рынка;
- 2) смягчение неравенства доходов и богатства за счет их частичного перераспределения.

Проанализируем каждую из этих задач.

Слабости (несовершенство) рынка проявляются в:

- 1) возможности монополизации рынков;
- 2) трудности создания общественных благ на коммерческой основе;
- 3) возникновении внешних эффектов или внешних затрат.

Монополизация рынков. Рыночный механизм сам по себе не может помешать той или иной фирме монополизировать рынок определенного товара. При этом такая монополизация рынка может возникать в силу:

- 1) экономического преимущества;
- 2) различных сговоров или уничтожения конкурентов.

Монополизация рынка — ситуация, когда **на** кого-то из **продавцов или** покупателей приходится такая большая доля общего объема продаж **или** покупок **на** конкретном товарном рынке, что он может **влиять на формирование цен и условий сделок в** большей мере, чем остальные участники этого **рынка**.

Экономическое преимущество той или иной фирмы на рынке может возникнуть за счет того, что она смогла предложить покупателям наиболее выгодное им соотношение «цена-качество» по своим товарам. Основой такого преимущества обычно служит внедрение наиболее совершенных технологий производства или методов организации производства и сбыта товаров.

Если даже итогом такой деятельности фирмы становится захват подавляющей доли рынка, то в этом нет ничего опасного. Ведь здесь рыночный механизм успешно решает свою главную задачу — обеспечивает наилучшее распределение ограниченных ресурсов. Действительно, в такой ситуации наибольшая доля ресурсов достается фирме, победившей в конкурентной борьбе за счет наилучшего использования ограниченных ресурсов и достижения на этой основе минимальных затрат.

Здесь оснований для вмешательства государства нет. Если такая фирма попытается использовать свое господство на рынке для завышения

цен, то тем самым она создаст условия для выживания других фирм, даже имеющих более высокие затраты, за счет предложения более низких цен.

Совсем иное дело — монополизация рынка, когда ситуации чистой монополии или олигополии возникают на нем не за счет наилучшей технологии или организации производства, а за счет сговора нескольких крупнейших фирм между собой, вытеснения или поглощения остальных конкурентов. В этом случае хозяевами рынка вовсе не обязательно становятся фирмы, обеспечивающие наилучшее использование ограниченных ресурсов. И тогда эти ресурсы распределяются хуже, чем могли бы при немонаполизированном рынке.

Именно в такой ситуации государству приходится вмешиваться, чтобы прекратить монополизацию рынка и восстановить нормальную конкуренцию, когда рыночные механизмы снова смогут работать успешно.

Невозможность создания общественных благ на коммерческой основе. В ассортименте человеческих нужд есть такие, которые нельзя потреблять по принципу исключительности, который утверждает: если потребляет один, то другой этого сделать уже не может. Такие блага, доступные одновременно для всех, называются общественными.

Общественные блага — товары или услуги, которыми люди пользуются совместно и которые не могут быть закреплены в чьей-то частной собственности.

Самый простой пример такого общественного блага — правовая система общества, т. е. законы и обеспечение их исполнения. Она призвана оберегать от произвола всех граждан страны, гарантировать равное соблюдение их интересов.

Вместе с тем представить себе коммерческий способ создания и продажи таких услуг (например, «защищаем от ограбления только этого гражданина, поскольку он за это заплатил») в нормальном обществе просто невозможно. Такие ситуации характерны для криминализованных стран, где государство слабо и люди и фирмы ищут защиты у бандитов или вынуждены добиваться своих якобы гарантированных законом прав путем подкупа коррумпированных чиновников. С подобным «криминальным правопорядком» хорошо знакомы жители не только России, но и юга Италии, а также стран Латинской Америки, Африки и некоторых азиатских государств.

Но в большинстве стран мира «криминальный правопорядок» уничтожен правовой системой, которая поддерживается силой государства. Именно за то, чтобы закон равно защищал всех, люди готовы согласиться на вмешательство государства в жизнь общества.

Ассортимент общественных благ огромен (сюда относятся также услуги армии, милиции, проверка доброкачественности продуктов питания и лекарств, аварийные службы, службы профилактики эпидемий и т. д.).

Возникновение внешних эффектов. Если, к примеру, химический комбинат через атмосферные выбросы загрязняет окружающую территорию и от этого гибнут пчелы, то это никак не беспокоит его дирекцию, но очень волнует людей, держащих пасеки. Им бы хотелось, чтобы комбинат поставил мощные очистные сооружения, и тогда воздух оставался бы чистым.

Однако пасечники никоим образом не участвуют в управлении комбинатом или формировании цен на его продукцию, а следовательно, их интерес рынок учесть не может. Покупатели химической продукции также не заинтересованы в дополнительных затратах на очистку воздуха, поскольку это вызовет удорожание покупаемого товара. В результате загрязнение полей оказывается **эффектом** как бы **внешним**, посторонним по отношению к рынку химической продукции и никак не учитывается в формировании цен на нем.

Внешние (побочные) эффекты — ущерб (или выгода) от производства какого-либо блага, который приходится нести (или которую можно получить) людям или фирмам, непосредственно не участвующим в купле-продаже этого блага.

Если загрязнение полей атмосферными выбросами промышленности — пример отрицательного внешнего эффекта, то улучшение освещения улиц за счет реклам и витрин магазинов — пример положительного внешнего эффекта. Но этот эффект никак не сказывается на взаимоотношениях владельцев магазинов и покупателей в них. Значит, он также не может быть учтен рынком при регулировании распределения ограниченных ресурсов (в данном случае ресурсов, используемых для производства товаров, которые продаются в магазинах с хорошо освещенными витринами и световой рекламой).

Иными словами, внешние (побочные) эффекты некоторых видов хозяйственной деятельности могут иметь большое значение для общества в целом, но рынком не учитываются и не могут влиять на его распределение ограниченных ресурсов. Если рыночные решения принимаются без учета всех затрат и выгод, связанных с производством и потреблением определенного типа благ, то эти решения оказываются далекими от совершенства. Более того, игнорирование потерь или выгод определенных групп граждан или фирм может породить общественные конфликты.

Например, если пасечникам в описанной выше ситуации государство не поможет силой закона и экономических инструментов, то им останется только пикетировать ворота комбината или пытаться любыми способами остановить его деятельность. Беспорядки, которые могут возникнуть, нарушат общественное спокойствие, а в этом не заинтересовано большинство граждан любой страны.

Вот почему государство вынуждено вмешиваться в решение проблемы внешних эффектов хозяйственной деятельности, компенсируя несовершенство рынка, его неспособность учитывать такие эффекты и находить наилучшие решения для подобного рода ситуаций (рис. 22.2).

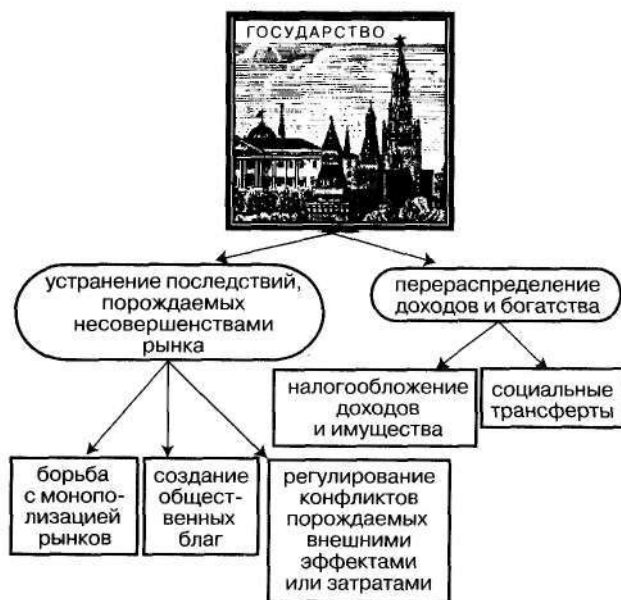


Рис. 22.2. Экономические функции государства

Неравенство доходов и богатства порождается рыночным механизмом повсеместно и ежечасно. Сам этот механизм совершенно не нацелен на преодоление слишком больших различий в благосостоянии граждан.

Изменить ситуацию можно лишь путем регулирования доходов и богатства. Решить столь сложную задачу под силу только государству. Ведь это требует создания мощных систем перераспределения доходов и реализации иных форм социальной политики в масштабах всей страны.

§ 8 1 . Формы вмешательства государства в работу рыночной системы

Пытаясь компенсировать несовершенства рынка, государство прибегает к различным способам и методам, выбирая наиболее адекватные той или иной задаче.

Важнейшая из этих задач — устранение последствий, порождаемых слабостями (несовершенством) рынка.

Для *противодействия монополизации рынков и защиты конкуренции* государство:

1) разрабатывает законы, на основе которых можно выявлять и наказывать фирмы, уличенные в монополизации;

2) создает организации, которые следят за развитием событий на рынках и выявляют случаи их монополизации (в России такую деятельность ведет Государственный антимонопольный комитет);

3) помогает созданию новых фирм, которые могут противодействовать монополизации рынков или разрушить ее (этим в нашей стране занимается Комитет по поддержке малого предпринимательства).

Для *создания общественных благ* не на коммерческой основе государство:

1) формирует систему законов, защищающих имущественные права и интересы граждан и фирм (именно к такой категории юридических документов относится Гражданский кодекс);

2) создает организации, обеспечивающие проведение законов в жизнь и наказание тех, кто их нарушает (суды, прокуратуру, милицию, следственные органы, государственный банк, организующий денежное обращение в стране);

3) осуществляет иную специализированную деятельность по созданию общественных благ (например, создает армию, пограничную и таможенную службу, «скорую помощь» и т. д.).

Решая задачу *регулирования проблем, связанных с возникновением внешних эффектов*, государство:

1) формирует систему законов, позволяющих единообразно решать конфликты, связанные с возникновением внешних эффектов (например, законы об охране окружающей среды);

2) создает организации, которые отслеживают ситуации возникновения внешних эффектов и оперативно принимают предусмотренные законом меры (например, облагают штрафом или даже приостанавливают деятельность предприятий, загрязняющих окружающую среду);

3) стимулирует деятельность по сокращению нежелательных (негативных) внешних эффектов (например, предоставляет различного рода льготы предприятиям, активно создающим очистные сооружения или системы замкнутого водооборота).

В целях *смягчения неравенства доходов и богатства* государство создает и реализует:

1) систему прогрессивного налогообложения доходов;

2) механизм налогообложения имущества, находящегося в личной собственности граждан или получаемого ими по наследству;

3) систему социальных трансфертов (пособий) беднейшим гражданам за счет средств от налогообложения богатейших граждан.

Многие экономисты считают, что решение перечисленных выше задач является максимально допустимой сферой вмешательства государства в экономическую жизнь общества. Но не менее многочисленная группа экономистов и политиков полагает, что государству полезно вмешиваться в эту жизнь и для решения иных задач.

Этот спор идет уже почти два века, и конца ему пока не видно. Правителям различных стран издавна казалось, что без их надзора экономика вообще нормально развиваться не сможет. Например, в 1563 г. королева Англии Елизавета, желая поддержать национальное рыболовство и вызвать рост спроса на рыбу, запретила своим подданным употреблять мясо 2 дня в неделю. Этим опытом спустя 400 лет воспользовались руководители СССР, решившие компенсировать недостаток мяса в стране введением во всех столовых еженедельного «рыбного дня», когда мясное блюдо просто нельзя было заказать. Когда в 1666 г. в той же Англии возникли проблемы со сбытом отечественной шерстяной продукции, решать ее государство заставило... покойников. Для этого власти предписали погребать мертвых только в шерстяной одежде. За невыполнение грозил штраф в 5 фунтов стерлингов — немалая по тем временам сумма.

Говоря о расширении вмешательства государства в экономическую жизнь общества, чаще всего упоминают задачу предотвращения резких колебаний в темпах экономического роста и возникновения спада производства. В некоторых странах такое государственное регулирование осуществляется достаточно активно и успешно. В других к нему относятся крайне осторожно, считая, что оно может привести к слишком серьезному нарушению нормального функционирования рыночных механизмов.

Свою модель государственного участия в экономической деятельности ищет сегодня и Россия. В начале 90-х годов, когда главной задачей было разрушение командной системы, многим казалось, что нашей стране нужно «маленькое и дешевое государство», которое практически не будет вмешиваться в экономическую жизнь. Но опыт последующих лет показал, что в нашей стране нарождающиеся рыночные механизмы еще слишком слабы, чтобы взять на себя задачу регулирования всей хозяйственной жизни, и Российскому государству придется «вернуться в экономику».

Сейчас в среде отечественных экономистов и политиков идут ожесточенные споры о том, что государство может и должно делать, чтобы помочь выходу хозяйства из кризиса и при этом не помешать укреплению рыночной системы.

Поиск наилучшей модели государственной экономической политики России затрудняется тем, что для решения даже минимального круга задач (компенсация несовершенства рынка и смягчение неравенства доходов и богатства) государство должно располагать огромными денежными средствами. А их сегодня российскому правительству получить крайне трудно.

Основные выводы

1. Государство выполняет в экономической жизни цивилизованных стран несколько важнейших функций. Первая из них — защита экономических свобод и правил хозяйственной жизни, что делает коммерческие операции более предсказуемыми и снижает их риск. Для защиты экономических свобод и принятых обществом форм хозяйственной деятельности государство создает законы, судебную систему и органы охраны правопорядка.

2. Второй важнейшей функцией государства в мире экономики является компенсация слабостей рыночных механизмов. Необходимость в этом диктуется тем, что рыночные механизмы допускают ошибки, а некоторые проблемы общественной жизни вообще решить не могут. Это ухудшает условия хозяйственной деятельности, а потому участники рынка исходя из общенациональных интересов поручают государству устранение таких ошибок.

3. Выполняя возложенные на него задачи, государство защищает рынки от монополизации, смягчает неравенство в доходах и богатстве граждан, организует производство общественных благ, необходимых всем гражданам страны. Кроме того, государство принимает меры по

смягчению или предотвращению негативных внешних (побочных) последствий хозяйственной деятельности (именно сюда относится весь комплекс мер по улучшению экологических условий).

Контрольные вопросы

1. Какие экономические свободы лежат в основе современного устройства экономической жизни общества?
2. Какая из экономических свобод является основой частной собственности?
3. Почему для улучшения работы российских предприятий их пришлось передать из государственной собственности в частную (приватизировать)?
4. Что такое несовершенство рынка?
5. Какой внешний эффект является результатом деятельности владельца дома, устроившего в своем палисаднике красивый цветник?
6. Чем экономическое преимущество в конкурентной борьбе отличается от монополизации рынка?
7. Какие важнейшие экономические функции государства вы можете назвать?
8. К какой категории экономических задач государства относится организация денежного обращения?
9. С какими внешними эффектами связано функционирование рынка автомобилей?

Вопросы для обсуждения

1. Почему одним из первых шагов к возрождению в России рыночных механизмов стала либерализация ценообразования, т. е. предоставление фирмам права самим назначать цены на свои товары?
2. Почему пограничную службу нельзя сделать рыночным товаром?
3. Верно ли утверждение, что сильное государство экономически выгодно гражданам?

ГЛАВА 23.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ

Хороших налогов не бывает.

*Уинстон Черчилль,
премьер-министр Великобритании
в 1940-1945, 1951-1955 гг.*

В конце 2000 г. в Государственной думе России шли жаркие споры политиков. Они обсуждали вопрос о том, на что потратить дополнительные доходы государственного бюджета, появившиеся благодаря росту мировых цен на нефть. Одни считали, что эти «свалившиеся с неба» деньги надо срочно потратить на перевооружение армии, поддержку сельского хозяйства или приобретение компьютеров для школ. Другие предлагали использовать те же деньги на погашение долгов государства и компенсацию потерь бюджета в случае снижения ставок налогов с граждан и фирм. В чем причина таких споров и что такое вообще государственный долг? Попробуем разобраться.

Формирование доходов государства зависит в немалой степени от типа экономической системы в данной стране. Например, в Советском Союзе (являвшемся образцом экономики командного типа) государство получало деньги за счет изъятия подавляющей части прибыли предприятий государственного сектора экономики и зарплаток трудившихся там граждан. Кроме того, из-за постоянного дефицита товаров при искусственно заниженных государственных ценах люди не могли купить даже те блага, на которые у них хватало денег. В результате у людей возникали вынужденные сбережения. Эти сбережения принимал на хранение (и под проценты) только один банк — Государственный банк, а точнее, Государственные трудовые сберегательные кассы Госбанка СССР (именно на их базе был создан нынешний Сбербанк России). Благодаря этой системе Советское государство имело возможность практически бесконтрольно забирать на свои нужды весь прирост сбережений граждан страны.

В экономиках, основанных на частной собственности и рыночных механизмах, источником денежных ресурсов государства служат прежде всего налоги на доходы и имущество граждан и фирм. Такого рода устройство государственных **финансов** постепенно формируется в последние годы и в России.

И потому знакомство с миром государственных **финансов** мы начнем с устройства и действия современных налоговых систем, тем более что налоги прямо влияют на жизнь каждого гражданина, чем бы он ни занимался и где бы ни работал.

Финансы — управление денежными поступлениями и платежами семьи, фирмы, населенного пункта или страны в целом.

§ 82. Принципы и методы налогообложения

Налогообложение — один из древнейших экономических механизмов, родившийся вместе с государством как таковым. Без налогообложения государство вообще существовать не может, хотя в некоторых случаях может обойтись без собственной армии и даже национальной валюты.

Налогообложение — определенный законодательством страны механизм изъятия части доходов граждан и фирм в пользу государства для оплаты расходов федеральных и местных органов власти.

В определении понятия «налогообложение» есть два момента, на которые стоит обратить внимание.

Во-первых, изъятие части доходов может быть осуществлено различными способами, и выбор наилучшего способа — одна из сложнейших экономических проблем, которую каждой стране приходится решать самостоятельно.

Эти рекомендации, обобщающие тысячелетнюю историю пошлин, сборов, податей, в конце концов содержат три основных принципа построения налоговых систем, в соответствии с которыми налоги могут быть:

- 1) прогрессивными;
- 2) пропорциональными;
- 3) регрессивными.

Прогрессивная система налогообложения — метод взимания налогов, при котором ставка налога возрастает по мере роста величины облагаемого дохода или стоимости имущества. Прогрессивное налогообложение использовалось в России, например в 90-е годы XX в. по отношению к личным доходам. Применение такой системы означает, что богатые граждане платят в виде налогов большую долю своих доходов, чем менее состоятельные или преуспевающие.

Пропорциональная система налогообложения — метод взимания налогов, при котором используется единая ставка налогообложения незави-

симо от абсолютной величины базы налогообложения (дохода, прибыли, имущества и т. д.). Пропорциональное налогообложение применяется в России, например, при обложении прибыли юридических лиц.

Наконец, *регрессивная система налогообложения* — метод взимания налогов, при котором схема исчисления налогов построена зеркально по отношению к прогрессивной: в ней предусмотрено снижение ставки обложения по мере роста абсолютной величины облагаемого дохода или имущества. Регрессивная схема нередко оказывается разумной при обложении доходов самых богатых граждан. Причина проста — при обычной прогрессивной схеме они вынуждены платить так много, что им становится дешевле оплатить услуги юристов и налоговых консультантов, которые помогают им легально уменьшить налогообложение. В итоге государство от прогрессии налогов не выигрывает, а проигрывает. Напротив, при регрессивной ставке суммарные поступления налогов могут даже возрасти, так как при невысокой ставке меньше стимулов к уклонению от налогов — проще уплатить налоги и не тратить деньги на услуги юристов и нервы на реализацию хитрых схем «увода» денег.

Перечисленное выше разнообразие способов налогообложения не случайно. Оно порождено необходимостью создания в каждой стране такой системы сбора налогов, которая не вызывала бы слишком сильное недовольство граждан и воспринималась бы ими как более или менее справедливая. В этой связи финансовая наука устанавливает два различных подхода к обеспечению налоговой справедливости — *горизонтальную справедливость* и *вертикальную справедливость*.

Горизонтальная справедливость (рис. 23.1) предполагает равное налогообложение равных доходов, где бы они ни получались. Напротив, вертикальная справедливость (рис. 23.2) — это система налогообложения, при которой применяются различные налоговые ставки в зависимости от различных уровней доходов.

Каждая из систем налогообложения имеет свои достоинства и недостатки. В связи с этим они часто используются в рамках комплекса налогов, так как практически все страны мира собирают доходы с помощью не одного, а многих различных налогов.

Во-вторых, размер налогообложения зависит от того, какие задачи общество возлагает на государство. Чем серьезнее эти задачи, тем больше средств нужно государству для их решения и тем тяжелее будет в стране налоговое бремя. Именно под углом этих двух проблем мы и попытаемся рассмотреть механизмы налогообложения и масштаб налоговых изъятий.

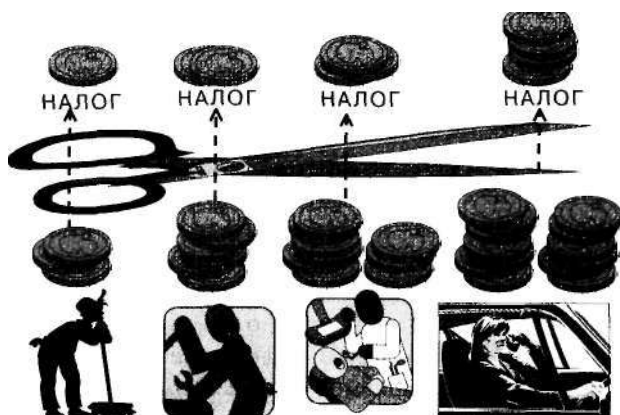
ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ

Рис. 23.1. Горизонтальная налоговая справедливость (каждый из граждан отдает в качестве налога $1/3$ своих доходов)

ВЕРТИКАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ

Рис. 23.2. Вертикальная налоговая справедливость (доля доходов, отдаваемых в качестве налогов, увеличивается по мере роста исходной суммы доходов)

Механизмы налогообложения. Механизм сбора налогов совершенствовался человечеством тысячелетиями. И все же если проанализировать систему налогов, действовавших в Римской империи (см. «Страницы экономической истории человечества»), то мы обнаружим там зачатки тех же принципов налогообложения, что используются и в конце XX в.

Например, уже римляне пользовались прямыми и косвенными налогами. Когда мы говорим о прямом налоге, то имеем в виду сбор в пользу государства, взимаемый с каждого гражданина или хозяйственной организации. Размер этого сбора может зависеть от различных факторов, но чаще всего он устанавливается в зависимости от размера доходов или стоимости имущества.

Примером прямого налога может служить подушная подать, т. е. налог, взимаемый с каждой «живой души». Это предок нынешнего подоходного налога, который обязаны платить все граждане.

Наряду с прямыми налогами в практику издревле вошли **косвенные налоги**.

Косвенный налог — налоговый платеж, который вносится гражданином не прямо в государственную казну, а сначала накапливается у продавцов определенных товаров, которые затем и перечисляют собравшиеся у них суммы налогов государству.

Косвенный налог предполагает изъятие средств у граждан и фирм по иному принципу. Такого рода сбор в пользу государства берется с граждан или хозяйственных организаций только при осуществлении ими определенных действий.

Страницы экономической истории человечества

История цивилизации — это история налогов

Налоги издавна стали любимым полем для проявления изобретательности правителей всех стран и народов. Например, в историю России навсегда вошла история о том, как Петр I ввел налог на... бороды, чтобы, «ударяя по карману», приучить своих подданных ежедневно бриться.

Родившись из натуральных сборов, налоги расцвели пышным цветом после распространения денежной системы.

Изучая древние налоговые системы, можно лишь поражаться тому, как люди вообще ухитрялись выживать и даже богатеть при том изобилии налогов, которое обрушивали на них власть предрержащие.

Например, в Римской империи с граждан взимались следующие виды налогов и сборов:

1. Сбор на содержание надзора за рынком.
2. Портовые пошлины при погрузке и выгрузке.

3. Дорожная пошлина.
4. Налог за закрепление сделки (налог с продаж).
5. За ярлык для ослов.
6. Налог на наследство.
7. За обмен и размен денег.
8. Сбор при уплате налога за выписку квитанции и прикладывание печати.
9. Сбор со скота.
10. Налог на владение рабами.
11. Налог в продовольственный фонд столицы.
12. Земельный налог.
13. Специальный налог на огороды.
14. Налог на вино.
15. Налог на пшеницу.
16. Налог на огурцы.
17. Сбор с квартирной платы.
18. Сбор с рыботорговцев.
19. Сбор с ломовиков.
20. Сбор с банщиков.
21. Сбор с проституток.
22. Подушная подать.
23. Налог на доход от фиников.
24. Налог на доход с земли под постройкой.
25. Сбор на воздвижение статуй.
26. Сбор на содержание неимущих.
27. Квартирный налог.
28. Пошлины с вина.
29. Сбор на содержание бань.
30. Сбор на содержание именитых гостей.
31. Сбор на содержание речной стражи.
32. Сбор на содержание тюрьмы для недоимщиков.
33. Сбор на содержание гарнизона.
34. Сбор на содержание сторожевых вышек.
35. Сбор на золотой венок в качестве выражения верноподданнических чувств представителю высшей власти.
36. Сбор на жалованье полиции.
37. Сбор на содержание и ремонт плотин.
38. Сбор на содержание сборщиков налогов.
39. Сбор на канцелярские принадлежности для правительственных учреждений.
40. Сбор на устройство зрелищ.
41. Сбор на содержание начальника района.
42. Сбор на благотворительность.
43. Налог на торговый оборот.

44. Налог на мыло.

45. Пошлины ввозные и вывозные.

46. Пошлины на пропуск в ворота.

И это не все.

Римляне платили еще 167 других видов налогов. Если вспомнить старое утверждение «Что облагается налогом, то убывает», то, может быть, именно в таком обложении налогами и крылась одна из основных причин гибели Римской империи?

К современному пониманию механизма налогообложения человечество пришло далеко не сразу.

Вначале преобладала идея дара — гражданин делал подарок властелину в благодарность за защиту от врагов. Затем ее сменила идея смиренной просьбы правительства к народу о поддержке ради решения общих задач нации. Эта идея плавно переросла в представление о необходимости помощи граждан своему правительству денежными средствами.

Четвертой ступенькой восхождения к современным налогам стала идея о жертвах, приносимых гражданами в интересах государства.

Пятый шаг — теория о долге гражданина перед государством.

Шестой уровень развития идеи налогообложения — убежденность в праве государства принудительно изымать деньги у граждан ради общего блага страны.

И наконец, на седьмой ступеньке налогового процесса родилось представление о возможности и необходимости изымать у граждан строго определенную долю их доходов, причем независимо от воли налогоплательщиков.

Особенно долго человечество искало способы взимания налогов, а точнее — ту основу, ту базу, исходя из которой можно определять размер налоговых платежей для граждан и фирм. Пример римской системы налогообложения — один из полюсов таких поисков.

Другой полюс — теория, разработанная в XIX в. американским экономистом Г. Джорджем и гласящая, что для процветания нации надо отменить все виды налогов, кроме налога на землю.

Самое любопытное, что за столетие, прошедшее с момента рождения этой теории, было собрано немало доказательств ее разумности и все же ни одна страна не решилась принять ее на вооружение полностью.

Поиск идеальной системы налогообложения продолжается, и, наверное, он будет бесконечен, поскольку налоги должны приравниваться и к особенностям страны, и к обычаям ее граждан, и к стадии экономического развития, на которой эта страна находится.

Скажем, римские пошлины с вина — это косвенный налог, поскольку платить его должны были не все граждане Рима, а только те, кто вел торговлю вином. В ту же категорию попадает сбор за обмен и размен

денег — его взымали лишь с тех, кому нужно было выполнить такие операции с денежными знаками. В нынешней российской действительности косвенными налогами являются **акцизы** на отдельные виды товаров (в частности, табачные, ювелирные и винно-водочные изделия) или налоги на продажу жилья.

I Акциз — налог, взимаемый с покупателя при приобретении некоторых видов товаров и устанавливаемый обычно в процентах к цене этого товара.

Акцизные налоги широко распространены во всем мире и нередко составляют немалую часть той конечной цены, которую уплачивает за товар покупатель.

На рис. 23.3 показано, какая доля цен, уплачиваемых немецкими покупателями за различные товары, напрямую уходила в бюджет Федеративной Республики Германии.

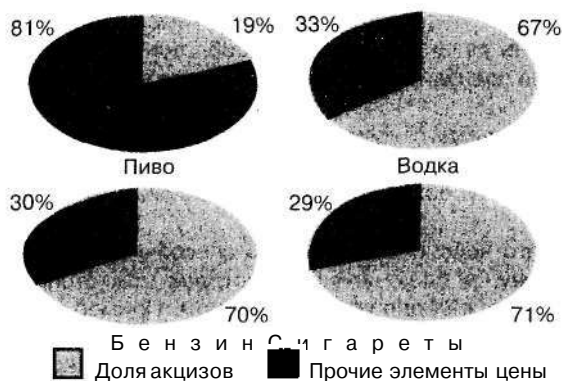


Рис. 23.3. Доля акцизных налогов в ценах некоторых товаров, продаваемых в Федеративной Республике Германии

Да и в России ставки акцизов достаточно высоки. Скажем, доля акциза в 1995 г. составляла в цене отдельных товаров:

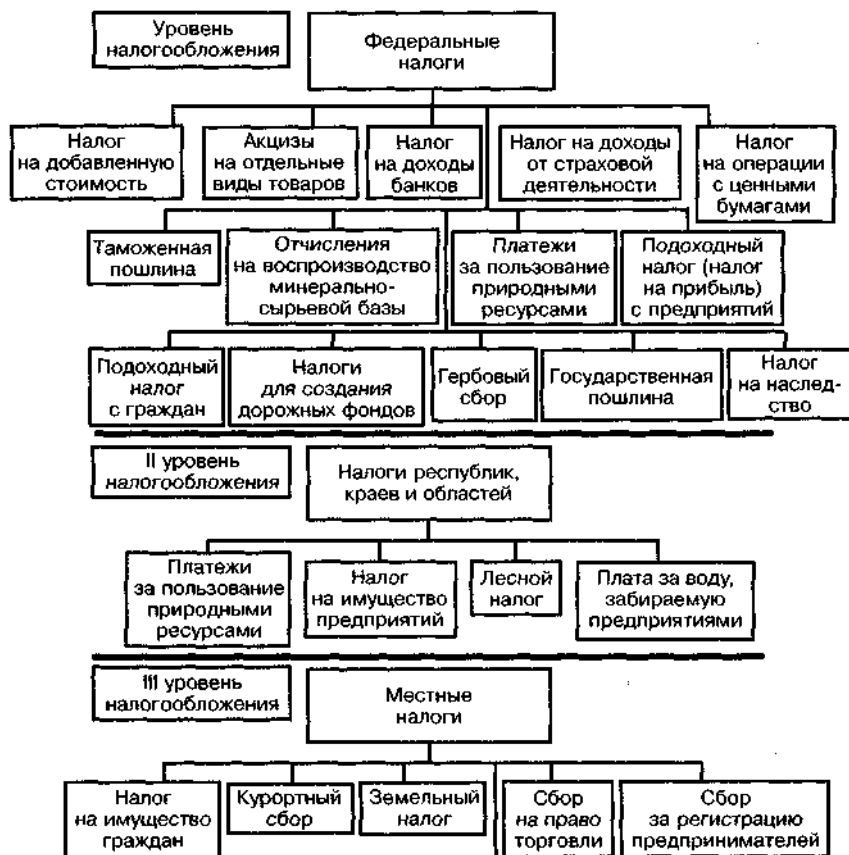
- пищевого этилового спирта — 90%;
- игристых вин — 45%;
- натурального вина — 30%;
- табачных изделий — 20%;
- ювелирных изделий — 30%;

автомобильного бензина— 20%;

легковых автомобилей — 5%.

Использование акцизных налогов (особенно когда оно сочетается с разумной экономической политикой в других сферах) позволяет укрепить бюджет и дать стране средства для развития. Именно так укрепил бюджет России на пороге XX в. выдающийся государственный деятель, премьер-министр граф Сергей Юльевич Витте.

Современные налоговые механизмы крайне разнообразны (только в России используется примерно 40 различных налогов, основные из которых показаны на рис. 23.4) и регулируются специальными законами (в России это Налоговый кодекс).



Прочие виды местных налогов

Рис. 23.4. Структура налоговой системы России

При изучении рис. 23.4 стоит обратить внимание на еще одну особенность устройства налоговой системы. Некоторые из налогов являются целевыми, т. е. привязаны к конкретному направлению государственных расходов.

В России целевыми налогами являются, например, отчисления на воспроизводство минерально-сырьевой базы и налог для создания дорожных фондов. Первый из них призван дать средства для финансирования работы геологов и буровиков, отыскивающих и готовящих к промышленному использованию новые месторождения полезных ископаемых взамен уже исчерпанных. Второй же (его еще называют дорожным налогом) собирается для финансирования ремонта и строительства дорог. Некоторые налоги по своей экономической природе вообще напоминают цены. К этой категории особенно близка государственная **пошлина**.

Пошлина — плата, взимаемая государством с **граждан и хозяйственных организаций за оказание им определенного вида услуг**.

Например, государство берет с россиян пошлину за:

- оформление свидетельств о браке и рождении детей;
- выполнение процедуры расторжения брака;
- подтверждение права на получение наследства;
- принятие жалобы к рассмотрению в суде;
- выдачу разрешения на ввоз товаров зарубежного производства в страну (а иногда и за разрешение на вывоз товаров отечественного производства за рубеж).

Практически эти пошлины оплачивают те услуги, которые государственные службы оказывают обращающимся к ним гражданам, а само государство действует как один из продавцов услуг на рынке.

Масштаб налоговых изъятий. Хотя система налогообложения имеет древние корни и опыт человечества в этой сфере огромен, по сей день не утихают споры о том, как лучше устроить налоговую систему и каковы должны быть уровни ставок налогообложения.

С одной стороны, чем большую долю доходов граждан и фирм государство концентрирует в своих руках, тем лучше оно может помочь социально незащищенным группам граждан, активнее поддержать развитие в стране образования, здравоохранения и науки.

С другой стороны, имеющийся мировой опыт показывает, что чем слабее налоговый гнет на экономику, тем быстрее она развивается. Это отчетливо видно на рис. 23.5, иллюстрирующем связь между размерами налогов и темпами экономического роста.

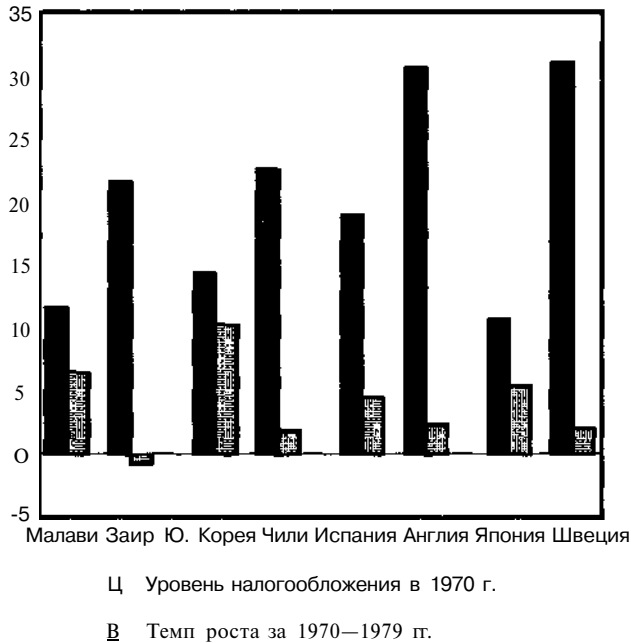


Рис. 23.5. Влияние уровня налогообложения на темпы экономического роста различных стран

На этом рисунке все страны сгруппированы попарно, исходя из равенства абсолютных уровней доходов на душу населения. Это позволяет исключить влияние на наш анализ различий в абсолютных уровнях экономического развития: в каждой из пар эти уровни были в 1979 г. примерно одинаковы.

Для каждой страны левый (темный) столбик показывает отношение общей суммы налогов к стоимости товаров и услуг, произведенных страной за год. Очевидно, что чем выше налог, тем выше и это отношение. Правый же (светлый) столбик показывает среднегодовой темп роста производства товаров и услуг в каждой из стран за период 1970—1979 гг.

На рисунке видно, что страны, имевшие в 1970 г. более высокие уровни налогообложения, развивались в последующем десятилетии куда более низкими темпами, чем страны с умеренными размерами налогообложения. Ни для одной из пар стран эта закономерность не нарушилась.

Например, в 1970 г. в Швеции отношение суммы налогов к стоимости годового производства товаров и услуг составляло почти 31%, а в Японии — только 10,6%. Не случайно в то десятилетие японская эко-

номика ежегодно увеличивала производство товаров на 5,2%, тогда как экономика Швеции росла в 2,6 раза медленнее — с темпом менее 2% в год.

Проблема уровней налогообложения чрезвычайно остра и для России. Нет года, чтобы на заседаниях законодательных и исполнительных органов власти не возникало острейших споров о том, как изменять налоги и способы их сбора. Споры идут прежде всего об общем уровне налогообложения.

И хотя трудно не увидеть долю истины в словах персонажа одного из романов известного американского фантаста Роберта Хайнлайна: *«Власть учреждать налоги, будучи однажды дана, предела не имеет»*, все же возможности увеличения доходов государственного бюджета за счет «налогового творчества» весьма ограничены. Ведь как справедливо подметил другой американец — писатель и философ Ральф У. Эмерсон: *«Из всех видов долгов человек менее всего склонен платить налоги»*.

Этих двух замечательных и столь отличных во всем американских писателей разделяет так много десятилетий, и все же их обоих волновала проблема налогов, хотя взглянули они на нее под разными углами зрения.

Во всяком случае в России возможности дальнейшего введения новых налогов практически исчерпаны — можно добиваться лишь более полного сбора налогов, ранее утвержденных законодательной властью страны. Поэтому задача российского правительства на ближайшее десятилетие — не изобретение новых налогов, а совершенствование механизма взимания уже действующих и общее улучшение механизма налогообложения в соответствии с рекомендациями финансовой науки.

Многие российские предприниматели, экономисты, политики считают, что уровень налогообложения в нашей стране чрезмерно высок и это убивает стимулы к труду и предпринимательской деятельности. Действительно, сейчас в нашей стране отношение налогов к сумме годового производства товаров и услуг составляет около 40%. Это довольно много по международным меркам, хотя и не является мировым рекордом: например, сейчас в Дании аналогичный показатель составляет 49%, а в Швеции — 50%.

Критике подвергаются и ставки конкретных налогов, например налога на добавленную стоимость, пошлин на ввозимое в Россию продовольствие, акцизов на алкогольные напитки, специального налога на поддержку сельского хозяйства и т. д.

За каждой из таких дискуссий — противоречивые интересы различных групп общества.

Например, представители аграрного сектора постоянно требуют увеличения пошлин на ввозимое в Россию продовольствие. Взимание таких пошлин делает импортные продукты питания более дорогими, а значит, спрос на них и доходы фирм-импортеров падают. Это, естественно, облегчает сбыт продовольствия отечественного производства.

Но против таких повышенных пошлин столь же резко выступают мэры Москвы и Санкт-Петербурга. Их заботит продовольственное снабжение этих огромных городов, и они хорошо помнят, как всегда трудно было решать эту задачу только с помощью отечественных производителей. Кроме того, в Москве и Санкт-Петербурге сосредоточено огромное количество фирм—импортеров продовольствия. Если эти фирмы смогут успешно вести свои дела, то с них можно будет взять большие местные налоги, которые идут напрямую в городской бюджет.

Таким образом, система налогов всегда формируется как компромисс между интересами различных групп общества, а также между интересами страны в целом и ее отдельных регионов.

Именно поэтому не существует однозначных правил построения налоговых систем, хотя экономической науке известно немало проверенных вековой практикой принципов налоговой политики. Но каждая страна использует эти принципы по-своему, в зависимости от стоящих перед нею задач.

Теперь надо выяснить, что происходит с налоговыми сборами, как они трансформируются в расходы государства.

§ 83. Понятие о государственном бюджете

Судьба налоговых поступлений на первый взгляд проста: все они поступают в **бюджеты** государственных органов управления. Федеральные налоги идут в федеральный бюджет, а местные налоги — в бюджеты местных органов власти.

Бюджет — сводный план сбора доходов и использования полученных средств на покрытие расходов федеральных или местных органов государственной власти.

Если взять для примера федеральный бюджет России, то он утверждается Государственной думой и Федеральным собранием — высшей законодательной властью страны. Правительство же готовит проект бюджета и отвечает за его исполнение. Оно организует (через Министерство финансов и налоговую службу) сбор доходов и осуществление (через государственные службы) расходов по направлениям в размерах, установленных в бюджете.

Такое разделение прав и обязанностей между законодательной и исполнительной ветвями власти помогает поставить расходование средств налогоплательщиков под контроль высшей выборной власти и избежать бездумной или корыстной траты денег государственными чиновниками. Посмотрим, как выглядел, например, бюджет России на 1998 г.

Познакомившись с перечнем статей государственных расходов, вы увидите, что они — отражение тех функций государства, о которых говорилось выше. Построение бюджета должно подчиняться **бюджетному тождеству**:

$$\begin{array}{c} \text{Расходы} \\ \text{на покупку} \\ \text{товаров} \\ \text{и услуг} \end{array} + \text{Трансферты} = \begin{array}{c} \text{Поступления} \\ \text{налогов} \\ \text{и пошлин} \end{array}.$$

Когда доходы и расходы правительства совпадают, государственный бюджет называют *сбалансированным*. Это почти идеальная ситуация для любого государственного финансиста (абсолютно идеальная — это когда доходы бюджета превышают его расходы и можно отложить деньги в государственные сбережения на будущее). Именно к такой финансовой политике на всех уровнях — от семьи до государства — некогда призывал всех мистер Микобер, один из персонажей романа Чарльза Диккенса «Дэвид Копперфилд»: *«Годовой доход двадцать фунтов, годовые расходы девятнадцать фунтов девяносто шесть пенсов, результат — счастье. Годовой доход двадцать фунтов, годовые расходы двадцать фунтов шесть пенсов, результат — нищета»*.

Но управлять государственными финансами строго по схемам Диккенса, т. е. на основе бюджетного тождества, на самом деле крайне сложно: от правительства все время требуют новых и новых расходов. Требуют бедняки и пенсионеры, требуют отрасли, находящиеся в кризисном положении, требуют музыканты, требуют учителя, требуют ученые, требует армия, и этот список просителей долог и внушителен. У каждого просителя свой резон, но ведь и финансовые ресурсы государства не бесконечны.

И если государство уступает этим просьбам, то в конце концов оно попадает в ситуацию, когда сумма обещанных расходов начинает превышать возможные доходы государства от налогообложения. Иными словами, левая часть уравнения оказывается больше, чем правая, и бюджетное тождество превращается в неравенство:

$$\begin{array}{c} \text{Расходы} \\ \text{на покупку} \\ \text{товаров} \\ \text{и услуг} \end{array} + \text{трансферты} - \begin{array}{c} \text{гг} \\ \text{Поступления} \\ \text{налогов} \\ \text{и пошлин} \end{array} > 0.$$

Это означает, что государственный бюджет составлен с дефицитом.

Дефицит государственного бюджета — финансовая ситуация, возникающая, когда государство намечает осуществить расходы на сумму большую, чем может реально получить доходов за счет всех видов налогов и платежей.

Трансферт (бюджетный) — перечисление денег из общегосударственного бюджета в бюджеты низшего уровня для их пополнения.

В такой ситуации наша страна находилась много лет. По расчетам экспертов еще в 1987 г. размер дефицита государственного бюджета СССР (если соотнести его с общей стоимостью произведенных за год товаров и услуг) достиг величины почти в 9%. Возможно, дефицит госбюджета существовал и раньше, но это всегда было государственной тайной (публично советское правительство всегда заявляло, что у нас существует даже превышение доходов бюджета над расходами), и теперь уже правдивых данных не найти. Если же сравнить величину дефицита бюджета с его доходами, то мы обнаружим, что, скажем, в декабре 1993 г. дефицит государственного бюджета Российской Федерации составлял 16% к доходам бюджета, а в декабре 1994 г. — уже 35% (что в абсолютном выражении составляло 50,8 трлн руб.). Годовой бюджет на 1995 г. был принят с дефицитом на уровне примерно 29%. На 2000 г. бюджет поначалу был принят — впервые за 90-е годы — без дефицита. Но затем стало ясно, что расходы государства будут больше ожидаемых, и бюджет все равно пришлось корректировать. И только в 2001—2003 гг. (во многом благодаря очень высоким мировым ценам на нефть и соответственно большим налоговым поступлениям с нефтяных компаний) бюджет Российской Федерации стал бездефицитным.

ОТЧЕТ

об исполнении федерального бюджета
на 1 января 2002 года, тыс. руб.

Доходы, всего	1 593 978 122
В т. ч.:	
1. Налоговые доходы	1 460 398 048
В т. ч.:	
Налоги на прибыль (доход), прирост капитала	217 366 045
Налоги на товары и услуги	
Лицензионные и регистрационные сборы	845 546 537

Продолжение отчета

Доходы, всего	1 593 978 122
Налог на совокупный доход	4 851 459
Налог на имущество	1 499 423
Платежи за пользование природными ресурсами	49 692 947
Налоги на внешнюю торговлю и внешнеэкономические операции	331 340 361
Прочие налоги, сборы и пошлины	10 101 277
2. Неналоговые доходы	119 068 547
В т. ч.:	
Доходы от имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности или от деятельности	56 990 621
Доходы от продажи земли и нематериальных активов	120 022
Административные платежи и сборы	808 039
Штрафные санкции, возмещение ущерба	1 607 421
Доходы от внешнеэкономической деятельности	51 506 363
Прочие неналоговые доходы	5 287 726
Безвозмездные перечисления	2 748 357
3. Доходы целевых бюджетных фондов	14 511 527
Расходы, всего	1 321 902 684
В т. ч.:	
1. Расходы по функциональной классификации	1 307 375 986
В т. ч.:	
Государственное управление	41 971 401
Судебная власть	11 806 955
Международная деятельность	23 765 934
Национальная оборона	247 702 953
Правоохранительная деятельность и обеспечение безопасности государства	148 909 436
Фундаментальные исследования и содействие научно-техническому прогрессу	23 687 720
Промышленность, энергетика и строительство	44 153 211
Сельское хозяйство и рыболовство	23 712 098
Охрана окружающей природной среды и природных ресурсов, гидрометеорология, картография и геодезия	5 297 291

Окончание отчета

Расходы, всего	1 321 902 684
Транспорт, дорожное хозяйство, связь и информатика	37 122 407
Развитие рыночной инфраструктуры	90 020
Предупреждение и ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций и стихийных бедствий	6 934 013
Образование	54 498 821
Культура, искусство и кинематография	6 733 971
Средства массовой информации	7 525 655
Здравоохранение и физическая культура	23 085 060
Социальная политика	112 285 365
Обслуживание государственного долга	231 104 116
Пополнение госзапасов и резервов	297 675
Финансовая помощь бюджетам других уровней	230 006 991
Утилизация и ликвидация вооружений, включая выполнение международных договоров	6 554 627
Мобилизационная подготовка экономики	941 046
Исследование и использование космического пространства	6 970 183
Расходы на проведение военной реформы	5 535 437
Прочие расходы	6 683 603
2. Расходы государственных целевых бюджетных фондов	14 526 699
Дефицит бюджета (-), профицит бюджета (+)	272 075 438
Источники финансирования, всего	-272 075 438
В т. ч.:	
Источники внутреннего финансирования	-11 923 283
Источники внешнего финансирования	-260 152 155

§ 84. Причины и следствия возникновения государственного долга

Но как же государство может тратить денег больше, чем само получает от граждан и фирм? Как оно справляется с дефицитом своего бюджета?

Мировая практика знает четыре основных способа решения этой проблемы:

- 1) сокращение бюджетных расходов;
- 2) изыскание источников дополнительных доходов;
- 3) выпуск (эмиссия) необеспеченных денег, используемых для финансирования государственных расходов;
- 4) одолживание денег у граждан, банков, хозяйственных организаций, других государств и иностранных финансовых организаций.

Сокращение бюджетных расходов. Этот путь преодоления бюджетного дефицита — внешне самый простой, а реально самый болезненный. Именно поэтому России никак не удастся пойти по нему. А ведь возможности, в сущности, здесь огромные, так как отечественная экономика «обслуживается» государственным бюджетом в невероятно высокой степени. К началу 90-х годов доля государственных расходов в общей стоимости товаров и услуг, произведенных страной за год, составляла примерно 60%.

За прошедшие годы в России изменилось очень многое. Достаточно упомянуть о громадной кампании по приватизации государственных предприятий, многие из которых годами получали подачки от государства, поскольку носили уникальный для мировой экономической истории титул «планово-убыточных».

Тем не менее пока доля госрасходов в годовом продукте страны никак не опустится ниже 50% (против 40% в большинстве развитых стран мира). Причина, почему до сих пор степень участия российского государства в экономической жизни столь грандиозна, достаточно проста. Государство обычно финансирует те нужды общества, которые больше никто финансировать не хочет или не может. Поэтому сокращение бюджетных расходов неизбежно влечет за собой весьма нежелательные последствия.

Скажем, «на шее» госбюджета сейчас висит почти вся сфера образования. В других странах значительная доля образовательных услуг оказывается за плату, и плату немалую. Например, обучение в наиболее престижных американских университетах обходится сейчас студенту в 20—30 тыс. долл. в год. Но в России для большинства граждан пока не по силам учить своих детей в школах и вузах за плату, хотя она и значительно ниже, чем в США (российские вузы берут со студентов коммерческих потоков примерно 2—5 тыс. долл. в год).

Если государство в этой ситуации откажется поддерживать из госбюджета систему образования, то молодежь лишится шансов на образование, а школьные и вузовские педагоги окажутся на улице в толпе безработных.

Поэтому максимум того, что пока может себе позволить российское государство, — понемногу урезать различного рода социальные расходы и пособия. В результате такой финансовой политики государственные школы и больницы перестают получать деньги на ремонт своих помещений и приобретение учебных пособий, библиотеки и музеи лишаются возможности расширять свои фонды и ремонтировать залы, а многодетные семьи не могут купить малышам новую одежду. Нередко приходится сокращать расходы на армию, что ведет к досрочному увольнению в запас кадровых офицеров и закрытию военных заводов.

Очевидно, что урезание социальных программ, пособий и трансфертов обычно ведет к росту напряженности в обществе и подрывает его политическую стабильность. Поэтому на такой шаг правительства всегда идут в самую последнюю очередь — если не удастся реализовать остальные три способа преодоления дефицита бюджета.

Изыскание источников дополнительных доходов. Конечно, самый лучший способ покрытия дефицита бюджета — привлечение в бюджет дополнительных доходов.

Однако реально решить такую задачу крайне трудно. Конечно, можно пытаться повышать налоги или пошлины. Но это путь опасный. Экономическая наука давно обнаружила: чрезмерное повышение налогового бремени ведет не к росту, а к сокращению налоговых доходов государства.

Причин тому две:

- во-первых, люди теряют интерес к труду, если слишком большая доля их заработков отбирается государством;
- во-вторых, люди начинают прятать свои доходы от налогообложения, и тогда в стране быстро развивается **«теневая экономика»**, а хозяйственные отношения сильно криминализируются.

Теневая экономика — сфера деятельности, доходы от которой укрываются от налогообложения.

Такую картину хорошо иллюстрирует график, предложенный американским экономистом Артуром Лаффером и получивший в его честь название кривой Лаффера (рис. 23.6).

На этом графике мы видим две линии. Первая — гипотетическая кривая сбора налогов — показывает, как росла бы абсолютная сумма налоговых поступлений в бюджет при увеличении ставок налогообложения, если бы людям и фирмам был безразличен их размер. Но поскольку на самом деле величина этой ставки крайне интересует всех налогоплательщиков, такого роста доходов бюджета в жизни никогда и не

бывает. Напротив — и именно это показывает кривая Лаффера, — за определенной гранью рост ставки налогообложения приводит уже не к росту, а к снижению абсолютной величины поступлений средств в бюджет.

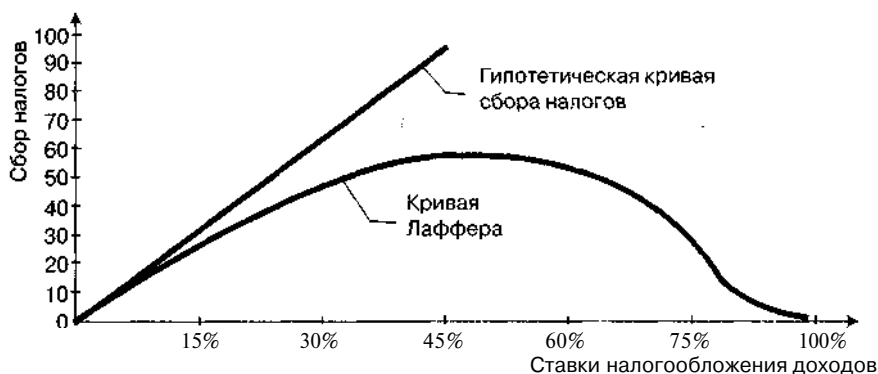


Рис. 23.6. Кривая Лаффера - модель налоговой политики

История полна примеров той поразительной изобретательности, которую люди издавна проявляли в поисках способов уклонения от налогов — законных или незаконных. Например, в XIX в. в Англии ввели налог на рабочих собак, исчислявшийся пропорционально числу собачьих хвостов в хозяйстве. И англичане немедленно начали купировать хвосты своим сторожевым собакам: дескать, «нет хвоста — нет налога!» Так возникла порода бесхвостых овчарок — бобтейлов, сохранившаяся и по сей день.

Немалую изобретательность в уклонении от налогов проявляют и граждане нашей страны. В последние годы правительству удавалось получить не более 50—60% причитающихся налогов. Остальное граждане и фирмы всевозможными способами прятали от глаз налоговой инспекции. И тогда правительство России решило пойти иным путем — снизить налоговое бремя (перейдя от прогрессивного обложения личных доходов с максимальной ставкой в 32% к единой ставке в 13%).

Результат оказался именно таким, какого можно было ожидать, зная смысл кривой Лаффера. Тем не менее это поразило самих государственных чиновников. Так, агентство «Росбизнесконсалтинг» 16 апреля 2001 г. поместило на своем сайте следующее сообщение: «Увеличение поступлений от подоходного налога на 70% по итогам первого квартала 2001 г. стало неожиданным для высшего руководства страны. Об этом заявил сегодня на расширенной коллегии Минфина Президент РФ Владимир

Путин. По его словам, это произошло в результате реформирования налоговой системы и снижения налогового бремени».

Но если никакие меры в области налогообложения не приносят роста государственных доходов, тогда неослабевающие требования к государству дать деньги загоняют правительство в угол и оно в отчаянии часто выбирает самый опасный — эмиссионный — способ покрытия своих расходов.

Выпуск (эмиссия) необеспеченных денег. Самый легкий и самый опасный способ «затыкания дыр» в бюджете — выпуск (эмиссия) государством денег сверх реальных потребностей экономики. Конечно, государству, монополизировавшему право на эмиссию денег, нетрудно напечатать дополнительные денежные знаки и выплатить ими повышенную зарплату своим служащим, офицерам, учителям и врачам.

Однако такой способ покрытия бюджетного дефицита подобен финансовому наркотику — он на время снимает боль и тревогу, но затем порождает еще худшую экономическую ситуацию.

Причина проста — общенациональный рынок немедленно определяет истинную цену этим деньгам. На их появление он реагирует скачком цен или исчезновением товаров с прилавков (если государство попытается установить ограничения на рост цен). Поэтому выигрыш бюджета от избыточной эмиссии денег оказывается очень недолговечным.

Более того, весь мировой опыт свидетельствует: бюджет всегда проигрывает гонку с инфляцией. Ведь его расходы возрастают быстрее, чем суммы налоговых поступлений, зависящие от инфляционного роста доходов налогоплательщиков.

Дело в том, что расходы надо осуществлять сегодня и по нынешним ценам, а налоги всегда берутся с доходов вчерашних, сложившихся при старом уровне цен. В итоге дефицит не сокращается, а даже возрастает.

Правда, в России государство пытается брать налоги авансом, т. е. заранее, до того, как фирма реально получит тот доход, с которого эти налоги причитаются. Нетрудно понять, что такая практика крайне осложняет жизнь коммерческих фирм и еще больше стимулирует их изобретательность в деле сокрытия налогов.

Одалживание денег. Подобно гражданину или хозяйственной организации, государство при нехватке денег может их одолжить, чтобы превратить бюджетное неравенство снова в тождество, но уже несколько иного вида:

$$\begin{array}{l} \text{Расходы} \\ \text{на покупку} \\ \text{товаров} \\ \text{и услуг} \end{array} + \text{Трансферты} = \text{Поступления} + \begin{array}{l} \text{Займы} \\ \text{налогов} \\ \text{и пошлин} \end{array} .$$

У кого же государство может взять деньги займы?

Прежде всего, у собственного, т. е. государственного, банка. Этот путь использовала в 1992—1994 гг. и Россия. Например, ст. 18 Закона о государственном бюджете России на 1992 г. гласила: *«Разрешить Центральному банку Российской Федерации предоставить во втором полугодии 1992 года кредит Министерству финансов Российской Федерации в сумме 544,8 млрд руб. на покрытие дефицита республиканского бюджета Российской Федерации сроком на 10 лет с погашением равными долями начиная с 1996 года и из расчета 10 процентов годовых...»*

Но возможности кредитования государства национальным банком обычно довольно ограничены. Кроме того, изымая деньги из Центрального банка, государство теряет те доходы, которые оно как владелец этого банка могло бы получить. Поэтому, оказывается, выгоднее одолжить деньги у граждан и хозяйственных организаций страны. Формы такого одалживания могут быть самыми разными, но чаще это делается путем продажи **государственных ценных бумаг**.

Государственные ценные бумаги — обязательства государства вернуть одолженную сумму плюс процент за использование этих денег.

Например, в 1994—1998 гг. в России государство активно одалживало деньги путем продажи государственных краткосрочных обязательств (ГКО). Это были ценные бумаги со сроком погашения в три месяца и чрезвычайно высокой доходностью (на уровне, значительно превышавшем даже доходность сберегательных счетов в банках). Таким способом государству удалось получить в долг почти триллион рублей.

Понятно, что одалживание денег, решая одну проблему (а именно недостаток денег сегодня), немедленно рождает проблему иную — необходимость завтра добыть деньги для расплаты по долгам. Заимствование денег рождает, таким образом, **государственный долг**.

Государственный долг — сумма ссуд, взятых государственными органами и еще не возвращенных кредиторам.

Государственный долг бывает двух видов:

1) *внутренний* — перед гражданами, банками и фирмами своей страны, а также иностранцами, купившими ценные бумаги внутренних займов;

2) *внешний* — перед правительствами, международными банками и финансовыми организациями, предоставившими деньги в заем на основе правительственных соглашений.

Большинство стран мира сегодня живет с большим государственным долгом. Так, в США величина этого долга составляет сейчас 63% к стоимости годового производства товаров и услуг (против 45% 10 лет назад).

По тому же пути вынужденно идет сегодня и Россия. К началу 2004 г. ее только внешний долг составил 119 млрд долл., или 27,5% ВВП. Значит, каждый гражданин России вступил в XXI век, имея долг перед другими странами в размере примерно 821 долл. США.

Но при чем тут люди, если долг государственный? Да при том, что погашение долга и наросших по нему процентов будет осуществляться за счет взимания налогов с жителей страны. Значит, проблема привлечения зарубежных кредитов прямо затрагивает интересы каждого гражданина страны.

Впрочем, при разумном ведении дел большой государственный долг не разрушает экономику страны и не приводит к острым социальным конфликтам. Но если привлеченные в долг деньги используются неразумно, то обслуживание долга повисает на бюджете тяжким грузом. В конце 1998 г. этот груз стал для Российского государства столь тягостен, что правительство отказалось платить («заморозило») свои обязательства по ГКО. Это сразу же вызвало в стране тяжелый финансовый кризис и привело к разорению многих банков, которые когда-то купили у правительства эти ГКО на деньги своих вкладчиков. Соответственно потеряли деньги и эти вкладчики. Сегодня Россия упорно гасит свои долги — в бюджете на 2001 г. на погашение долгов было направлено 231,104 млрд руб., или почти 18% всех расходов государства.

При большом долге государство оказывается перед выбором: либо прекратить погашение долга, «заморозить» его до лучших времен; либо сокращать расходы на социальные программы и поддержку национальной экономики; либо одолжить еще и за счет этого погасить обязательства по ранее взятым долгам.

Очевидно, что любой из этих путей не сулит радости ни руководству страны, ни гражданам. Например, первый вариант чреват объявлением России страной, допустившей «дефолт», т. е. грубо обманувшей тех, кто одолжил ей деньги. А за дефолт принято жестко наказывать, вплоть до конфискации всего зарубежного имущества страны-обманщицы, а главное — выручки от продажи за рубеж продукции и сырья (нефти, газа, леса). Второй путь — именно его пыталось реализовать правительство России в 2001 г., когда выплаты по внешнему долгу стали уж очень тяжелыми, — вызывает недовольство населения и жесткое сопротивление оппозиционных партий в Думе.

Предотвратить такую ситуацию можно только проведением очень тщательно продуманной и последовательной государственной финансовой политики.

Основные выводы

1. Для выполнения своих функций государство нуждается в крупных денежных средствах. Сбор таких средств в государственную казну осуществляется с помощью налогов на доходы, имущество и некоторые виды деятельности граждан и фирм. В большинстве стран мира применяется многоканальная система налогообложения, когда сбор доходов осуществляется с помощью многих видов налогов одновременно.

2. Налоги и иные доходы государства расходуются в соответствии с государственным бюджетом. Его разрабатывает и исполняет правительство, а утверждают законодательные органы власти. Структура государственных расходов диктуется потребностями страны, состоянием ее экономики и кругом функций, возложенных обществом на государство.

3. Нередко государству не хватает доходов для осуществления всех расходов, которых от него требует общество. В этом случае возникает дефицит бюджета, и государство вынуждено одалживать деньги. Такое одалживание ведет к возникновению государственных долгов: внутреннего и внешнего. Конечными ответчиками по этим долгам реально являются граждане страны, поскольку именно из их доходов в будущем этот долг и будет погашаться.

Контрольные вопросы

1. Что такое финансы?
2. Почему в России самый высокий уровень акцизов установлен на алкогольные товары?
3. Как связаны между собой деятельность государства по созданию такого общественного блага, как шоссе, и налогообложение?
4. Кто утверждает и исполняет федеральный бюджет России?
5. Какую долю в доходах бюджета РФ на 1998 г. составлял подоходный налог на граждан?
6. На сколько процентов государственные расходы РФ в 1998 г. были больше государственных доходов?
7. Что такое государственный долг?
8. Сколько в 1994 г. составляли расходы по обслуживанию государственного долга РФ по отношению к общим доходам бюджета?
9. Каковы способы финансирования государственного долга?

Вопросы для обсуждения

1. Однажды в Токио проходила демонстрация учителей государственных школ у здания Министерства финансов. Они протестовали против планов правительства снизить подоходный налог. Как вы думаете, почему эти планы вызвали возражения учителей?
2. Кто из граждан страны может быть заинтересован в повышении максимальных ставок подоходного налога?
3. Что вынуждает сейчас правительство России наращивать государственный долг?

ГЛАВА 24.

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Единственная прямая выгода от внешней торговли
состоит в импорте.

Джон Стюарт Милль

В начале XXI в. российский бизнес раскололся на две группы. Члены первой группы с жаром говорили о необходимости быстрее вступления России во Всемирную торговую организацию как главном условии для экономического роста. Члены второй группы с неменьшим пылом утверждали, что этот шаг будет губительным для страны и приведет лишь к еще большему обнищанию народа. Из-за чего возник этот спор и вообще какую роль в жизни России играет ее внешняя торговля?

§ 85. Причины возникновения международной торговли

Мы уже упоминали о том, что международная торговля — древнейший вид экономической деятельности.

После долгих исследований ученые-экономисты смогли выделить три основные причины существования международной торговли. Символически они показаны на рис. 24.1, далее мы обсудим каждую из них более подробно.

Неравное распределение природных ресурсов (благ). Самая первая из причин возникновения международной торговли задана самой природой: она состоит в неравном распределении природных ресурсов между различными странами и народами. Если в одной стране есть месторождения нефти, а в другой — хрома, то, для того чтобы в обеих странах детали для автомобилей могли изготавливаться из хромированных сталей, а на автозаправочных станциях был бензин, эти страны должны торговать друг с другом, меняя нефть на хром. Именно по этой модели Россия вывозит за рубеж нефть и черную икру, а ввозит бананы и ананасы.

Но эта логика не объясняет, почему страны торгуют и товарами, каждый из которых они могут производить сами. Например, американцы покупают (импортируют) японские автомобили и телевизоры, хотя у них у самих мощная автомобильная и телевизионная промышленность.



Рис. 24.1. Экономические основы международной торговли

Согласно статистике, автомобили составляют 21% американского импорта и 11 % американского экспорта. Какой же смысл ввозить зарубежные автомобили, чтобы рассчитываться за их покупку продажей отечественных автомобилей (вполне пристойного качества) иностранцам?

Импорт — покупка жителями одной страны товаров, изготовленных в других государствах.

Экспорт — продажа жителям других стран товаров, произведенных отраслями отечественной экономики.

Принцип абсолютного преимущества. В поисках ответа на этот вопрос экономическая наука сначала обратила внимание на абсолютные различия в затратах на производство одинаковых продуктов.

Сравним, например, затраты на производство льна и сахарной свеклы в России и на Украине. Из-за различий в почвенно-климатических условиях выращивание льна на Украине обеспечивает куда меньший урожай с 1 га, чем в России, где, напротив, ниже урожайность сахарной свеклы (не хватает тепла). Если эти страны будут специализироваться каждая на своем, а потом обмениваются плодами своих трудов, то оба народа выиграют. Они используют свои пашни наиболее эффективным образом.

Вот почему еще в рамках СССР Россия специализировалась на выращивании льна, поставляя на Украину льняные ткани, а сахар получала с Украины, где его производили из выращенной на здешних полях свеклы.

На языке экономистов такая основа международной специализации производства и торговли называется **принципом абсолютного преимущества**.

Принцип абсолютного преимущества заключается в том, что страны **выигрывают от торговли друг с другом, если каждая из них специализируется на производстве товаров, которые она может изготавливать с абсолютно меньшими затратами ресурсов, чем ее торговые партнеры**.

Специализация на основе принципа абсолютного преимущества ведет к тому, что человечество в целом достигает наивысшей эффективности использования ресурсов Земли. Возникающее в итоге мировое хозяйство обеспечивает производство каждого вида товаров той страной, где на это тратится наименьшее количество ресурсов. Поэтому развитие международной торговли имеет столь важное значение для всех стран планеты и ему уделяется столь большое внимание как правительствами, так и международными организациями.

Принцип относительного преимущества. Понять логику международной торговли, зная только о неравном распределении природных благ и сути принципа абсолютного преимущества, все же невозможно.

Это стало ясно для экономической науки уже в начале XIX в., когда во многих странах завершился процесс первичной индустриализации. Ряд стран при этом оказался в числе лидеров, и у них абсолютные затраты на производство продукции самых различных отраслей стали ниже, чем в менее развитых странах. Если бы международная торговля в этих условиях развивалась на основе только принципа абсолютного преимущества, то страны-лидеры должны были бы перестать приобретать товары у менее развитых стран, а этого не случилось.

Следующий шаг к пониманию тайн международной торговли был сделан великим английским ученым-экономистом Давидом Рикардо. Он сумел увидеть в развитии внешней торговли влияние еще одного принципа — **принципа относительного преимущества**.

Принцип относительного преимущества заключается в том, что каждой стране **выгоднее экспортировать те товары, для которых цены выбора у нее относительно ниже, чем в других странах**.

Чтобы понять смысл этого принципа, изменим условия примера с торговлей между Россией и Украиной. Допустим, что украинские

предприятия производят цемент и стекло с большими затратами всех производственных ресурсов, чем российские. Значит ли это, что российским торговым фирмам нет смысла заключать сделки с украинскими коллегами?

Для ответа на этот вопрос нужно подсчитать, НАСКОЛЬКО велико преимущество российских предприятий перед украинскими с точки зрения суммарных затрат на производство каждого продукта.

Предположим, что российские и украинские предприятия используют одни и те же технологии изготовления цемента и стекла и потому затраты сырья и энергии на предприятиях обеих стран одинаковы. Но на российских предприятиях стоят более новые установки, и потому здесь выше производительность труда. Связанные с этим различия в затратах труда (рабочего времени) на производство единицы продукции показаны в табл. 24.1.

Таблица 24.1

Затраты труда на производство 1 т цемента и 1 кв. метра
стекла в России и на Украине

Страна	Затраты времени на производство, ч	
	1 т цемента	1 кв. м стекла
Россия	1	1
Украина	2	4

Если взглянуть на эту ситуацию на основе принципа абсолютного преимущества, то лучше бы производить и цемент, и стекло только в России. Но, может, все же есть основания организовать производство товаров на Украине таким образом, чтобы выиграли и украинская, и российская экономики?

Да, говорит нам Давид Рикардо из XIX в., это сделать можно. Необходимо только, чтобы каждая из этих стран специализировалась на производстве того продукта, в изготовлении которого у нее относительное преимущество выше.

Для определения такой рациональной модели специализации проведем несложные расчеты. Допустим, нам нужно увеличить суммарное производство стекла в обеих странах на 1 кв. м, но все рабочие обеих стран уже заняты в производстве (безработицы нет). В этих условиях разумнее всего (исходя из принципа абсолютного преимущества), чтобы Россия увеличила производство стекла, скажем, на 3 кв. м, а Украи-

на снизила на 2 кв. м. В итоге общее производство стекла, как мы и хотели, возрастет на 1 кв. м.

А что при этом произойдет с затратами и ресурсами рабочего времени?

Увеличение производства стекла на 3 кв. м потребовало от России дополнительного расхода 3 ч рабочего времени. Если эти ресурсы рабочего времени были получены за счет цементного производства (например, рабочие цементного завода перешли на стекольный завод), то это приведет к сокращению производства цемента на 3 т.

Посмотрим теперь на Украину. Здесь сокращение производства стекла на 2 кв. м привело к высвобождению 8 ч рабочего времени. Но если это время использовать на украинских цементных заводах, то выпуск цемента здесь можно будет увеличить на 4 т (напомним, что в России производство цемента упало на 3 т).

Подведем итог нашего экономического эксперимента. Сориентировав российскую экономику на увеличение производства стекла, а украинскую — на увеличение производства цемента, мы получили любопытный результат. Он состоит в том, что при одной и той же величине ресурсов (в данном случае трудовых) суммарное производство каждого из продуктов в обеих странах возросло: Россия стала производить настолько больше стекла, что это на 1 кв. м превысило сокращение производства стекла на Украине; Украина стала производить настолько больше цемента, что это на 1 т превысило сокращение производства цемента в России.

Теперь осталось только организовать торговлю между этими странами, и обе они выиграют, получив больше и цемента, и стекла.

Ключом к столь успешной специализации стала как раз идея относительного преимущества. Выразим ее количественно.

Россия имеет относительное преимущество перед Украиной в производстве стекла. Действительно, увеличение его выпуска на 1 кв. м требует сокращения производства цемента только на 1 т, тогда как для украинской промышленности увеличение выпуска стекла на 1 кв. м возможно только ценой сокращения производства цемента на 2 т (время производства 1 кв. м стекла равно времени производства 2 т цемента).

Украина имеет преимущество перед Россией в производстве цемента. Увеличение его выпуска на 1 т требует сокращения производства стекла в этой стране лишь на 0,5 кв. м, тогда как в России для аналогичного увеличения выпуска цемента нужно уменьшить выпуск стекла на 1 т.

Иными словами, каждой стране стоит специализироваться на производстве тех товаров, расширение выпуска которых сопряжено с меньшей ценой выбора, чем в странах, которым она хочет эти товары продавать.

В реальной коммерческой практике никто, конечно, таких научных расчетов не ведет. Их вполне заменяет анализ соотношений цен на внутренних и зарубежных рынках, поскольку эти соотношения, при прочих равных условиях, соответствуют различиям в относительной эффективности производства товаров.

Представим себе, что цена товаров в рассмотренном нами выше примере определяется только затратами на оплату труда, причем один час рабочего времени оплачивается в России в размере 5 тыс. руб., а на Украине — 10 тыс. карбованцев. Тогда цены 1 т цемента и 1 кв. м стекла в России составят по 5 тыс. руб. На Украине 1 т цемента будет стоить 20 тыс. карбованцев, а стекла — 40 тыс. карбованцев. Если теперь российский купец экспортирует на Украину 1 кв. м стекла, то на выручку (40 тыс. карбованцев) он сможет купить 2 т цемента, тогда как в России — только одну.

Если теперь он импортирует этот цемент в Россию, то получит за него 10 тыс. руб. — в два раза больше, чем он затратил первоначально на производство того количества стекла, что было им экспортировано на Украину. Разница между этими суммами, т. е. 5 тыс. руб. (10–5), составит прибыль нашего экономически грамотного купца.

Хотя этот расчет упрощен до предела, но именно на основе такого анализа и строится вся внешнеторговая деятельность. Любой купец рассуждает так: выгодно экспортировать те отечественные товары, на выручку от продажи которых можно за рубежом купить больше других товаров местного производства, чем аналогичных товаров на отечественном рынке.

Эту логику прекрасно изучили бесчисленные российские «челноки» — мелкие торговцы, заполнившие рынки Турции, Китая, арабских стран, Италии и Греции.

Они везли за рубеж водку, икру, изделия из металла, продавали их там, а на вырученные деньги покупали те товары местного производства (кожаную одежду, обувь, косметику, пищевые товары), которые при продаже по сложившимся в России ценам приносили им в итоге сумму большую, чем было потрачено в России на покупку увезенных за рубеж товаров.

Точно так же строят свою коммерческую практику и огромные внешнеторговые фирмы. Все они руководствуются в своей деятельности принципом относительного преимущества. Эта логика внешней торговли немедленно сказывается на внутриэкономической жизни. Интересы купцов побуждают каждую страну искать такую специализацию своей экономики, которая позволит ей:

- 1) наиболее рационально использовать имеющиеся у нее ресурсы;
- 2) добиться наивысшего уровня благосостояния своих граждан с помощью операций экспорта и импорта.

Процесс такой специализации создает основы не только для развития мирового рынка, но и для *международного разделения и кооперации труда*, т. е. организации совместной деятельности фирм различных стран при создании определенных видов конечных благ. О том, насколько глубоко может быть международное разделение труда, можно судить на следующем примере.

Житель США, покупая у американской компании «Дженерал моторе» произведенный ею автомобиль «Понтиак», совершает международную сделку. Он платит за эту машину 10 тыс. долл., которые распределяются следующим образом:

3000 долл. идут Южной Корее, рабочие которой осуществляли простые и трудоемкие сборочные операции;

1850 долл. идут Японии за купленные у нее моторы, ведущие мосты, электронные устройства;

700 долл. получает Германия за конструирование этой машины;

450 долл. перечисляются фирмам Тайваня, Сингапура и Гонконга за изготовление мелких деталей;

250 долл. уходят на счета английских фирм за организацию рекламы и сбыта автомобилей;

50 долл. стоят услуги фирм Ирландии и Барбадоса, занимавшихся обработкой данных.

Итого — примерно 6 тыс. долл. достается гражданам других стран.

На долю граждан США — управляющих и акционеров «Дженерал Моторс», адвокатов и банкиров, обслуживающих фирму, других участников производства этого «американского автомобиля» — приходится лишь 4 тыс. долл.

Международная торговля, если она основана на принципе сравнительного преимущества и не встречает на своем пути никаких препятствий, оказывается выгодной для всех ее участников.

Эта выгода состоит прежде всего в том, что при одном и том же объеме имеющихся у них производственных ресурсов торгующие страны получают возможность производить благ больше, чем в условиях изоляции от мирового рынка. Иными словами, международная торговля приводит к расширению производственных возможностей человечества (рис. 24.2).

Нет такой страны, которая не могла бы найти своего места на мировом рынке, используя то, чем она богата и в чем у нее есть относительно-

ное превосходство. При этом большие доходы от экспорта могут приносить не только нефть или газ, к чему мы привыкли в России (подробнее об этом говорится в прил. 2).

Например, сейчас в мире бурно развивается цветоводство, ставшее весьма доходной отраслью, — годовой объем продаж цветов на мировом рынке уже достиг 20 млрд долл. И маленькие страны мира, которым не под силу развивать мощные отрасли промышленности, но которые имеют хороший климат либо высокую культуру сельскохозяйственного производства, получают от участия в мировом рынке цветов огромные доходы.



Рис. 24.2. Влияние международной торговли на производственные возможности торгующих стран

Например, Колумбия начала заниматься выращиванием цветов лишь пару десятков лет назад, а сегодня здесь ежегодно срезается для продажи 130 тыс. цветов — 90% импорта цветов в США! Голландцы — ведущие цветоводы мира — только в Германию продают более 200 тыс. цветов в год, а крохотный Израиль — третья цветочная держава мира — ежегодно зарабатывает на продаже благоуханных букетов в Европу 150 млн долл.

Многие из богатейших ныне стран мира достигли своего благополучия именно благодаря активному участию в мировой торговле. Это видно из данных табл. 24.2.

Таблица 24.2

Степень участия национальных экономик в мировой торговле (1987 г.)

Страна	Отношение (в %) к валовому национальному продукту объема	
	экспорта	импорта
Норвегия	63,6	—
Нидерланды	52,3	—
ФРГ	36,4	25,4
Канада	29,3	24,6
Великобритания	22,8	24,6
Польша	23,1	—
Франция	19,9	21,1
Япония	13,3	9,8
США	10,4	9,1
СССР (1991 г.)	4,2	4,0
Россия (1993 г.) — по отношению к ВВП	13,7	—

Примечание: «—» — нет данных.

Каждый участник мировой торговли, правильно специализировав свою экономику, получает возможность жить лучше, чем до выхода на мировой рынок.

Вместе с тем международная торговля является одной из наиболее богатых конфликтами сфер экономических отношений между странами.

Экономика в лицах**Давид РИКАРДО — теоретик мировой торговли****Как найти свое место на мировом рынке?**

В списке имен великих экономистов Давид Рикардо (1772—1823) всегда стоит рядом с именем Адама Смита. Именно Рикардо, познакомившись с экономическими исследованиями благодаря книге Смита «Богатство народов», сумел сделать следующий шаг после великого шотландца и превратить экономику в подлинную науку. Один из современников так писал о вкладе Рикардо в экономическую теорию: «Возможно ли, что, один англичанин, и притом не из мира академической науки, а стеснен-

ный коммерческими и общественными заботами, совершил то, что не могли продвинуть на волосок все университеты Европы и целое столетие научной мысли?»

Действительно, Давид Рикардо не был профессиональным ученым или преподавателем. Его главным занятием были биржевые спекуляции ценными бумагами, которыми он занимался более 20 лет. Рикардо настолько в этом преуспел, что смог в 37 лет отойти от дел.

Став одним из богатейших людей Англии — его состояние достигало огромной по тем временам суммы в 1 млн фунтов стерлингов, он посвятил научным исследованиям последние 13 лет своей жизни. Его взгляды сформировались под влиянием работ Адама Смита и Томаса Мальтуса (его личного друга и вечного притом оппонента), но в своих исследованиях он пошел куда дальше них. Большой отклик имели, например, его идеи по поводу организации денежного обращения. Разработанная Рикардо схема золотого стандарта, т. е. гарантии размена бумажных денег на золото по твердому соотношению, использовалась в Англии на протяжении более чем 100 лет.

Рикардо оставил заметный след во многих разделах экономической науки, и особенно в теории международной торговли. Он написал на эту тему всего несколько страниц, но они содержали столько идей, что их развитием занимались несколько поколений экономистов.

Именно Рикардо обнаружил главный двигатель международной торговли — принцип сравнительных затрат (относительного преимущества). Он предсказал, что эта торговля, будучи выгодной всем ее участникам, сплотит цивилизованные нации в одну всемирную общину. Сегодня, когда торговые союзы рождаются один за другим, эти прогнозы Рикардо становятся явью, меняя облик мира. Так, подписанное летом 1992 г. соглашение о создании одного из таких союзов — Североамериканской ассоциации свободной торговли (НАФТА) — было расценено печатью как шаг к устранению экономических границ между США, Канадой и Мексикой.

Научные труды Рикардо по сей день продолжают вдохновлять ученых. В 1977 г. шведский экономист Бертиль Улин, развивший идеи Рикардо для условий XX в., получил за эти работы Нобелевскую премию по экономике.

Улин показал, как именно особенности экономики каждой страны определяют ту сферу, в которой она может добиться сравнительного преимущества в мировой торговле. Например, экономически слаборазвитая страна, где много рабочих рук и где они дешевы, может прорваться на мировой рынок за счет дешевизны изготовления товаров.

Импульс исследований Рикардо можно обнаружить и в одной из наиболее известных книг по экономике конца XX в. — «Конкурентные преимущества наций», написанной американским экономистом Майклом Портером. Эта книга описывает опыт тех стран, которые в XX в. сумели

занять наиболее заметное место в международной торговле. Выявив и описав современные стратегии проникновения на мировой рынок, Портер сумел сформулировать рецепты для стран и фирм, стремящихся стать на нем конкурентоспособными. Исследования Портера доказали, что конкурентоспособность рождается не на мировом рынке, а внутри страны. И если японские изготовители электроники побеждают своих иностранных конкурентов, то дело тут не в их особом мастерстве заключать международные сделки. Причина в том высочайшем качестве и эффективности, которых японские фирмы вынуждены добиваться, чтобы уцелеть в ожесточенной конкурентной борьбе на внутреннем рынке.

§ 86. Регулирование внешней торговли и протекционизм

В том, что развитие международной торговли, безусловно, идет на пользу гражданам любой страны, россияне смогли наглядно убедиться на собственном примере. Едва в 1992 г. была отменена государственная монополия внешней торговли и право заключения внешнеторговых сделок получили все отечественные фирмы, ситуация на потребительском рынке сразу резко изменилась в лучшую сторону.

Конечно, и сегодня уровень насыщенности товарами весьма различен по регионам и городам страны. И все же уже трудно представить, что еще осенью 1991 г. в витринах продовольственных магазинов были лишь пачки маргарина и банки горчицы. Все остальные продукты питания можно было купить только на городских рынках.

Либерализация внешней торговли не только привела к наполнению наших продовольственных и промтоварных магазинов. Она спасла многих россиян от безработицы и нищеты в условиях спада производства, охватившего все отрасли национальной экономики в первой половине 90-х годов. Миллионы россиян активно занимались «челночным» бизнесом, помогая насыщать внутренний рынок и зарабатывая себе на жизнь.

И все же развитие международной торговли всегда было сопряжено с конфликтами и противодействием. Чтобы понять их причины, познакомимся с письмом, сочиненным более 100 лет назад французским экономистом Фредериком Бастиа (1801 — 1850) для своей книги «Экономические софизмы». Высмеивая аргументы противников свободной международной торговли, Бастиа «от имени борцов за неприкосновенность внутреннего рынка» писал:

Палате депутатов

Мы подвергаемся ожесточенной конкуренции со стороны заграничного соперника, который обладает настолько превосходящими устройствами для производства света, что может наводнить наш национальный рынок, предлагая свой товар по сниженным ценам.

Этим соперником является не что иное, как солнце. Мы обращаемся с петицией — провести закон, предписывающий закрыть все окна, отверстия и щели, сквозь которые солнечный свет обычно проникает в наши жилища, нанося этим ущерб прибыльному производству, которым мы были в состоянии одарить страну.

Фабриканты свечей и подсвечников

Безусловно, бороться с солнечным светом никому в голову не приходит. Но призывы ограничить международную торговлю хорошо знакомы правительствам во всем мире. Бизнесмены их стран часто прилагают огромные усилия, чтобы заставить государство перекрыть путь на национальный рынок зарубежным конкурентам. Под давлением таких требований правительства многих стран более или менее активно проводят политику **протекционизма** (от лат. *protectio* — буквально «прикрытие»).

Протекционизм — государственная экономическая политика, сутью которой является защита отечественных производителей товаров от конкуренции со стороны фирм других стран с помощью установления различного рода ограничений на импорт.

Не обошла болезнь протекционизма и Россию, хотя само ее географическое расположение — на пути между Европой и Азией — делает чрезвычайно выгодной как раз максимальную открытость для международной торговли. Но неконкурентоспособность продукции многих российских предприятий вновь и вновь сегодня порождает искушение закрыть внутренний рынок от зарубежных товаров и облегчить тем самым проблемы сбыта отечественным производителям.

С протекционистскими требованиями к правительству и законодательным властям регулярно обращаются то руководители российских коммерческих банков, то лидеры аграрной партии, то директора автомобильных заводов, то представители текстильной промышленности.

Впрочем, аналогичные явления хорошо знакомы и гражданам крупнейшей торговой державы мира — США. Недаром на страницах газет периодически появляются сообщения об очередной вспышке американо-японской торговой войны.

Американские производители пытаются всячески ограничить доступ на рынок США японских товаров, и прежде всего автомобилей и электроники. Эти товары производятся японскими фирмами с меньшими затратами, и японцы получают хорошую прибыль, продавая в Америке свои товары дешевле, чем американцы.

Дешевизна привлекает к японским товарам американских покупателей, но сокращает рынок сбыта для американских фирм. И они точно так же, как «изготовители подсвечников», высмеянные Бастиа, требуют от правительства США ограничить доступ японских товаров в страну.

Рядовому американцу выгодно появление в магазинах дешевых товаров из Японии, но интересы американских фирм и правительства вовсе не обязательно совпадают с интересами американских покупателей. При росте импорта национальная промышленность начнет испытывать экономические трудности, сократится число занятых, увеличится число безработных, и государственный бюджет получит меньшую сумму налогов и т. д.

Эта ситуация — постоянный источник экономических и политических трений во многих странах мира. Правительству надо так рассчитать свою экономическую политику, чтобы страна в целом выиграла, а не проиграла от появления на ее рынках импортных товаров. Рассмотрим плюсы и минусы появления на внутреннем рынке дешевых импортных товаров (табл. 24.3).

Таблица 24.3

Сравнительный анализ достоинств и недостатков
открытия внутреннего рынка для товаров зарубежных производителей

Плюсы	Минусы
Граждане смогут купить больше товаров	Сократятся продажи отечественных товаров
Возрастут доходы торговых фирм, и государство сможет получить с них большую сумму налогов	Упадут доходы отечественных фирм-производителей, и государство получит от них меньшую сумму налогов
Возрастет сумма налогов, уплачиваемых покупателями при приобретении импортных товаров	Начнутся увольнения в отечественной промышленности, возрастет безработица, что приведет к падению налоговых поступлений с заработной платы при увеличении расходов на выплату пособий по безработице
Рост уровня жизни граждан, имеющих работу и возможность покупать импортные товары, улучшит внутриполитическую ситуацию в стране и увеличит шансы правящей партии победить на очередных выборах	Безработные и владельцы отечественных фирм будут протестовать против политики нынешнего правительства, и это уменьшит его шансы на сохранение власти
	Возрастет зависимость страны от поставок товаров из-за рубежа, что может ослабить ее политическую независимость

Анализируя эту таблицу, мы видим классический пример противоречий между экономическими интересами разных групп граждан страны.

Эта проблема крайне остра для России. Уже очевидно, что развитие международной торговли — главное средство борьбы с традиционным монополистическим поведением отечественных производителей, что без импорта не удастся насытить розничную торговлю товарами.

Но столь же очевидно и другое — многие предприятия и даже целые отрасли российской экономики не в состоянии конкурировать на внутреннем рынке с дешевой и качественной импортной продукцией.

Так, в 1992—1997 гг. многие товары отечественных фирм оказались менее привлекательными для российских покупателей по соотношению «цена/качество», чем импортные аналоги. И только после того, как в 1998 г. произошла фактическая девальвация рубля (курс доллара к рублю с 6,5 быстро прыгнул до 15 и более), отечественные товары снова стали интересными для российских покупателей. Но сохранить такую ситуацию в длительной перспективе смогут только те фирмы, которые будут обеспечивать стабильное качество и привлекательный дизайн своих товаров, а также постоянное снижение издержек их производства.

Пока же под давлением отраслевых лобби российское правительство вынуждено принимать меры по защите отечественных производителей от полного и быстрого краха. Для этого применяется ряд мер государственного регулирования импорта.

Наиболее распространенным и гибким инструментом такого рода являются **таможенные пошлины**.

Таможенная пошлина — налог в пользу государства, взимаемый при пересечении границы с владельца товара иностранного производства, ввозимого в страну для продажи.

Уплатив пошлину, владелец импортируемого товара вынужден повысить на него цену, чтобы избежать убытков и получить прибыль. В результате иностранный товар становится дороже и теряет часть того относительного превосходства, которое обеспечивает ему конкурентоспособность.

Последствия введения тарифов на импорт иллюстрирует рис. 24.3.

В данном случае государство ввело тариф (пошлину) на импорт в размере 30 тыс. руб. Это соответственно привело к удорожанию импортных товаров. Скажем, импортеры были готовы предложить на рынок 20 тыс. штук товаров по цене 40 тыс. руб. (линия S_V). Но из-за пошлины на импорт в размере 30 тыс. руб. они реально смогут продавать это количество товаров только по цене 70 тыс. руб. Очевидно, что графичес-

ки такие последствия введения пошлины выразятся в перемещении вверх кривой предложения — с положения S_1 до положения S_2 . На кривую спроса D это, естественно, влияния не окажет, но зато повлияет на величину равновесной цены. Если раньше бы она сложилась на уровне 60 тыс. руб., то теперь сбалансировать рынок станет возможно лишь при цене 80 тыс. руб. А количество проданных товаров упадет соответственно с 40 до 30 тыс. штук.

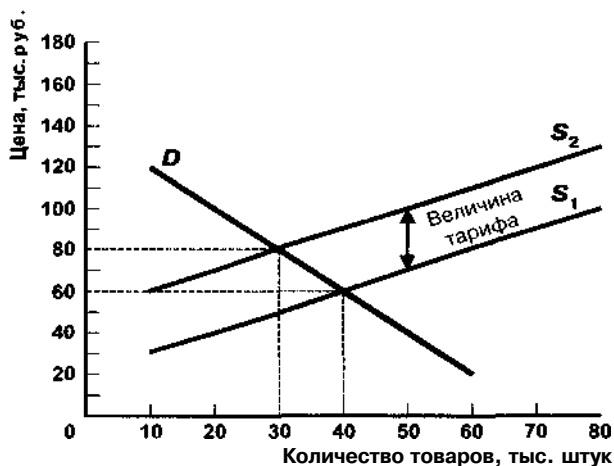


Рис. 24.3. Влияние пошлин на импорт, на изменение рыночной ситуации

Проанализируем последствия введения импортной пошлины для всех трех участников событий: покупателей, поставщиков импортной продукции и государства (табл. 24.4).

Как мы видим, проиграли и покупатели, и импортеры. Первые смогли купить вместо 40 тыс. штук товара только 30 тыс., уплатив за это ту же сумму денег (2,4 млн руб.). Иными словами, по сравнению с ситуацией, существовавшей до введения пошлины, покупатели переплатили (в расчете на одно и то же количество товаров) 600 тыс. руб. $[(30 \times 80) - (30 \times 60)]$. Вторые, продав товаров меньше на 25% (30 : 40), выручки получили меньше на 900 тыс. руб., или на 37% (1500 : 2400).

Выиграло лишь государство — оно получило дополнительный доход в сумме 900 тыс. руб.

Таким образом, регулирование внешней торговли под флагом протекционизма и с помощью импортных пошлин значительно ущемляет интересы фирм-импортеров и граждан. Введение таких пошлин озна-

чает, что покупатели начинают платить новый — особый — налог в поддержку определенной отрасли отечественной промышленности. Ее товары становятся конкурентоспособными без всяких усилий: не надо ни снижать затраты, ни улучшать качество, ни совершенствовать послепродажное обслуживание. Сбыт будет обеспечен автоматически — за счет «пошлинных гирь» на ногах конкурентов из-за рубежа.

Таблица 24.4

Участники рынка	Результат до введения пошлин	Результат после введения пошлин
Импортёры: количество проданных товаров (тыс. шт.)	40	30
цена одного товара (тыс. руб.)	60	80
выручка от продаж, всего	2400	2400
выручка от продаж за минусом пошлины (тыс. руб.)		1500
Покупатели: количество купленных товаров (тыс. шт.)	40	30
цена одного товара (тыс. руб.)	60	80
затраты на покупку (тыс. руб.)	2400	2400
Государство: доходы от пошлин (тыс. руб.)	0	900

Но есть и еще один важный аспект, на который надо обратить внимание. Дело в том, что если иностранные фирмы меньше выручают от продажи своих товаров на нашем внутреннем рынке, то у них оказывается меньше денег и для того, чтобы покупать наши товары для импорта в свои страны. Иными словами, введение таможенных пошлин, расширяя рынок для одних отраслей отечественной промышленности, одновременно сужает его для других. Именно это имеется в виду, когда экономисты говорят: *«Если мы озаботимся нашим импортом, то наш экспорт позаботится о себе сам»*.

Вот почему в России в 1992—2000 гг. постоянно, например, менялись пошлины на импортные автомобили. Чуть только эти пошлины опускались, как покупка импортных машин становилась (с учетом и их более высокого качества) выгоднее, чем отечественных «Жигулей», «Москвичей» и «Волг».

Видя, как улицы российских городов заполняются иномарками, а отечественные машины стоят невостребованными на площадках автомагазинов, руководители российских автозаводов шли в правительство и начинали требовать повышения пошлин. Их аргументы срабатывали — пошлины на импортные автомобили повышались.

В итоге эти автомобили становились непомерно дорогими, их переставали покупать, импорт падал и на поклон в правительственные кабинеты шли уже торговцы иностранными машинами. Их аргументы (нам уже известные) тоже признавались правительством разумными и пошлины снижались.

Протекционизм — столь давняя политика, что экономическая наука успела досконально изучить все его плюсы и минусы. Вывод во всех случаях оказывается один и тот же: даже если есть веские причины поддерживать ту или иную отрасль отечественной экономики в борьбе с иностранными конкурентами, то лучше делать это не с помощью регулирования импорта. Куда эффективнее давать целевые субсидии отечественным фирмам этих отраслей.

Однако к рекомендациям экономической науки далеко не всегда прислушиваются в кабинетах власти. Тем более что импортные пошлины — весьма удобный инструмент немедленного пополнения вечно дефицитных государственных бюджетов. Вот почему и сегодня протекционизм столь широко распространен во всем мире.

Иногда под давлением отечественных производителей устанавливаются такие высокие пошлины на импорт, что иностранные товары полностью лишаются шансов на успешную продажу. Так, летом 1992 г. Министерство торговли США установило на ввозимое из России и других стран СНГ урановое сырье таможенную пошлину в размере 115,82% к цене контракта! Причина — стремление защитить неконкурентоспособное производство уранового сырья американскими фирмами от российских конкурентов.

Для защиты внутреннего рынка и национальных производителей правительства пользуются также такими инструментами протекционизма, как **импортные квоты и лицензии**.

Импортная квота представляет собой устанавливаемую правительством предельную величину ввоза в страну за год определенных товаров из конкретной страны-производителя.

Нужно сказать, что импортные квоты — самый грубый метод защиты рынка, и правительства других стран обычно реагируют на такую политику отдельной страны очень резко, вводя аналогичные квоты на ввоз

ее товаров. Когда эта же форма защиты американских производителей была использована в США для ограничения поставок в эту страну российской стали, российское правительство тут же начало создавать барьеры для поставок в Россию куриных ножек — одного из весьма важных для сельского хозяйства США экспортных товаров.

Внешнеторговая лицензия по природе близка к квоте и представляет собой выдаваемое государством разрешение на ввоз в страну или вывоз из нее определенного вида товаров.

На это важно обратить внимание, потому что международная торговля — шоссе с двухсторонним движением. И глупо надеяться на беспрепятственное расширение экспорта в те страны, импорт товаров из которых ограничивается.

Яркий пример тому — «торговая война», разразившаяся в сентябре 1992 г. между США и Китаем. Причиной стал отказ Китая снять барьеры на пути импорта товаров из США в виде прямых запретов, квот, лицензий, завышенных требований к соблюдению стандартов качества.

Реакция со стороны США на такое поведение китайских властей не была бы столь резкой, если бы Китай не сумел добиться значительного преимущества в торговле с США: в 1991 г. китайцы продали американцам товаров на 12,7 млрд долл. больше, чем сами купили у них. Именно это и вынудило одного из официальных представителей правительства США заявить: *«Китай быстро становится важнейшей фигурой в международной торговой системе. Мы не можем позволить стране с таким уровнем торговли играть по своим собственным правилам. Если они хотят получать прибыль от экспорта, они должны разрешить и импорт»*.

В соответствии с этой позицией США пригрозили Китаю, что установят на ряд видов товаров, импортируемых из этой страны (на сумму около 4 млрд долл. в год), такие высокие таможенные пошлины, что цены китайских товаров на американском рынке повысятся вдвое. В ответ китайские власти заявили, что они тоже в этом случае введут карательные таможенные тарифы на американские товары, импортируемые в Китай, в том числе на компьютеры, самолеты, автомашины и т. д., причем на ту же величину — 4 млрд долл.

Долгий опыт «торговых войн» научил наиболее развитые страны тому, что в таких «войнах» проигрывают обе стороны и лучше не допускать начала «боевых действий». Все это в сочетании с пониманием огромного значения международной торговли для обеспечения устойчивого экономического роста заставило многие страны в XX в. пойти на отказ от протекционизма и приступить к поиску новых методов организации мирового рынка.

В 1947 г. 23 страны подписали Генеральное соглашение о тарифах и торговле (называемое чаще по первым буквам английского написания ГАТТ" — *General Agreement on Trade and Tariffs*). В основу ГАТТ легли три принципа, рожденные многовековой историей международной торговли:

1) все страны—участницы ГАТТ будут применять по отношению друг к другу одинаковые меры регулирования экспорта и импорта, не допускающая дискриминации одной или нескольких стран по сравнению с другими;

2) все страны будут стремиться к снижению таможенных пошлин, чтобы открыть путь для более полного и точного использования своего относительного превосходства и рационального международного разделения труда;

3) страны—участницы ГАТТ откажутся от самой грубой формы защиты своих рынков — импортных квот.

Это соглашение было подписано более чем 100 странами. О результативности его можно судить по снижению таможенных пошлин в странах — членах ГАТТ. Так, за 80-е годы средний импортный тариф на сырье в промышленно развитых странах снизился с 2,5 до 1,6%, а на промышленную продукцию — с 10,5 до 6,4%. Успех ГАТТ привел к созданию на его основе Всемирной торговой организации (ВТО), куда Россия сейчас пытается вступить, проводя долгие и трудные переговоры.

Причина такого стремления проста: соблюдая принципы цивилизованной торговли по отношению друг к другу, страны — члены ГАТТ/ВТО ведут себя по отношению к странам, которые в этом соглашении не участвуют, совершенно иным образом. И Россия ощущает это на себе очень болезненно. Она сегодня аутсайдер на мировом рынке, и ограничительные пошлины на российские товары — под предлогом антидемпинговых процедур — устанавливают и США, и Европейский союз, и Мексика, и Бразилия, и Индия, и Польша.

В итоге из-за таких барьеров для своих экспортных товаров Россия ежегодно теряет порядка 2,5—3 млрд долл. выручки от продаж. Вести переговоры по каждому случаю установления непомерно высоких пошлин на российские товары практически невозможно. Спасение может принести только вступление в ВТО, хотя оно и потребует соответствующего отказа от пошлинной защиты внутреннего рынка.

Развитие международной торговли в XX в. действительно превратило ее в решающий фактор экономического роста для большинства стран мира. По расчетам экономистов, полная реализация всех задач либерализации мировой торговли, предусмотренных при создании ВТО, может привести к увеличению ежедневного дохода каждого гражданина

развитых стран мира на 40 центов США, или на 146 долл. в год. Понимание этого заставило многие страны пойти на шаги, которые еще в начале XX в. казались просто немыслимыми.

Речь идет о полном открытии странами своих национальных рынков в рамках торговых союзов, или, как их чаще называют, **международных зон свободной торговли**.

Международная зона свободной торговли — группы стран, в пределах которых товары, люди и капиталы могут перемещаться почти или вообще без ограничений и пошлин.

Наиболее известная зона свободной торговли — это уже упоминавшийся выше Европейский союз (ЕС), созданный под именем Европейского экономического сообщества в 1958 г. и включающий сегодня подавляющее большинство стран Западной Европы. Страны — члены ЕС пришли к идее объединения под влиянием исторического опыта, научившего их, что «торговые войны» в Европе слишком опасны и близки к войнам настоящим. Поэтому члены ЕС решили:

- 1) отменить все пошлины и импортные квоты во взаимной торговле;
- 2) одинаково регулировать доступ на европейские рынки товаров из других стран мира;
- 3) принять законы, обеспечивающие свободное перемещение денежных средств из страны в страну и свободный переезд своих граждан через границы для создания единого рынка рабочей силы (с 1995 г. это было реализовано в форме Шенгенского пространства, где межгосударственные границы больше не охраняются пограничниками и таможенниками);
- 4) проводить единую политику в решении проблем, представляющих общий интерес.

Опыт последних десятилетий показывает, что любая зона свободной торговли лучше международной торговли по правилам XIX в. Это хорошо видно на примере одной из таких зон — Совета экономической взаимопомощи (СЭВ), в который когда-то входили все социалистические страны.

Рождение СЭВ было не вполне добровольным, а сам его механизм далек от совершенства. Схемы производственных и торговых связей определялись не рынком, а путем переговоров чиновников национальных Госпланов социалистических стран. Расчеты велись в условной денежной единице — переводных рублях, а цены определялись директивно и искусственно — на основе средних мировых цен за несколько предыдущих лет.

Однако после ликвидации СЭВ в 1990 г. выяснилось, что и в таком виде он был крайне необходим своим членам. Причина проста — устаревшие предприятия восточно-европейских стран и бывшего СССР не могут конкурировать на мировом рынке, а после ликвидации СЭВ потеряли вдобавок доступ и к рынкам друг друга. Вот почему распад СЭВ стал одним из главных факторов экономического кризиса и восточно-европейских стран, и СССР. Сегодня Россия вынуждена вновь с трудом налаживать торговые связи со своими ближайшими европейскими соседями: Польшей, Чехией, Словакией, Болгарией.

Посчитаем — подумаем

Представим себе, что вы владелец торговой фирмы, которая импортирует в Россию говядину. Как на вашей деятельности может сказаться введение или повышение импортной пошлины на этот продукт питания?

Для ответа на этот вопрос воспользуемся данными, собранными экспертами правительства Москвы в ходе споров о допустимости повышения в 1995 г. пошлин на ввоз продовольствия в Россию.

«Итак, мировая цена 1 кг говядины составляет 1,5 долл.

При курсе доллара к рублю на уровне 4726 руб./долл. это будет равнозначно цене в 7089 руб./кг.

Предположим, что все накладные расходы, связанные с организацией закупки говядины и поставкой ее в магазины, составляют 35% цены приобретения на мировом рынке. Тогда, казалось бы, говядина должна появиться в витринах магазинов по цене 9570,15 руб./кг ($7089 \times 1,35$).

Увы, этого не случится, так как, во-первых, цена возрастет на величину налогов (на добавленную стоимость и спецналог), а во-вторых, правительство установило на ввоз этого продукта импортную пошлину в размере 567 руб. При этом пошлину надо уплатить в государственную казну сразу при ввозе товара в страну, т. е. еще до его продажи. Сделать это можно только за счет кредита банка. Но тогда затраты на выплату процентов банку за кредит тоже должны будут войти в розничную цену, чтобы торговец мог их компенсировать.

В итоге цена 1 кг говядины сложится следующим образом (руб.):

- 1) импортная стоимость — 7089;
- 2) таможенная пошлина — 567;
- 3) накладные расходы
и прибыль (при
ставке 35%) — 2680;
- 4) выплата процентов банку
за кредит, полученный для оплаты
таможенной пошлины (из расчета
15,8% в месяц) — 90;

- 5) налог на добавленную стоимость и спецналог — 319;
6) РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА — 10 745.

Таким образом, в результате взимания установленных государством налогов и пошлин и порядка их уплаты розничная цена возросла на 904,85 руб. (10 475 — 9 570,15), или на 9% по сравнению с тем ее уровнем, который мог бы сложиться при отсутствии налогов и пошлин».

Из приведенного выше расчета, сделанного в 1995 г., достаточно хорошо видно, что импортная пошлина влияет на затраты покупателей точно так же, как и другие налоги.

Иными словами, по своей экономической природе импортная пошлина очень близка к уже известным нам акцизам.

Так гласит закон

Рамки государственного участия в формировании процессов внешней торговли определяются в нашей стране законом «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности». Он был принят Государственной думой в мае 1995 г.

Этот закон устанавливает, что:

- если какой-то товар импортируется в настолько больших количествах или на таких условиях, что наносится существенный ущерб отечественным производителям таких товаров в России, то Правительство РФ вправе принять защитные меры в форме количественных ограничений на импорт или введения специальной повышенной таможенной пошлины;
- под существенным ущербом от импорта понимается общее ухудшение состояния отечественного производства в данной отрасли, отражаемое в показателях сокращения выпуска продукции или рентабельности ее изготовления;
- процедура введения защитных мер является гласной и предусматривает публикацию сообщения о введении таких мер с указанием общего количества и стоимости товаров, подпадающих под ограничения;
- Правительство РФ может устанавливать запреты экспорта или импорта товаров, работ и услуг исходя из национальных интересов, таких как: охрана жизни и здоровья людей и окружающей среды, необходимость предотвращения истощения невозобновимых природных ресурсов, обеспечение национальной безопасности;
- в целях стимулирования роста национальной экономики Правительство РФ способствует развитию внешнеторговой деятельности, в том числе путем разработки и реализации Федеральной программы развития внешнеторговой деятельности.

§ 87. Валютный рынок и конвертируемость валют

Важнейшая особенность международной торговли по сравнению с торговлей внутренней состоит в том, что ее обслуживают разные денежные единицы, т. е. разные национальные валюты.

Каждая страна требует при этом, чтобы на ее территории все расчеты осуществлялись только в национальной валюте. Только в этой валюте определяются и облагаемые налогом доходы отечественных фирм, продавших свои товары за рубеж. Из-за этого международная торговля всегда требует решения проблем двоякого характера, связанных с организацией собственно купли-продажи товаров и валютным обеспечением торговых операций.

Так, при экспорте черной икры в США российские торговые фирмы закупают ее внутри страны, расплачиваясь рублями, а в Америке продают за доллары. Таким образом, фирмам-экспортерам приходится решать две задачи: сбыт икры и перевод выручки в национальную валюту, причем так, чтобы можно было покрыть все затраты и остаться с прибылью.

Зачем же создавать такие валютные рогатки на пути международной торговли, если все страны заинтересованы в ее развитии? Причин тому несколько:

1) наличие национальной валюты облегчает правительству поиск средств для расчетов с теми, кто получает деньги напрямую от государства. К ним относятся служащие, включая армию, беднейшие граждане и фирмы, поставляющие товары и услуги для государственных нужд. В крайнем случае, государство может просто осуществить дополнительную эмиссию бумажных знаков;

2) наличие национальной валюты позволяет государству управлять ходом дел в экономике страны;

3) национальная валюта позволяет обеспечить полный суверенитет страны, ее независимость от воли правительств других стран;

4) наличие собственной валюты помогает избежать «заноса» инфляции, которой «больны» валюты других стран.

Значение национальной валюты четко проявилось после распада СССР — государства с единой валютой (рублем) — на 15 независимых стран, не имевших поначалу собственных денежных систем. Сразу после обретения политической независимости эти государства попали в полосу экономических кризисов и инфляции. У них резко возросла потребность в наличных деньгах для выдачи заработной платы и обеспечения расчетов в торговле.

Однако мощности по изготовлению денег были только у России, а она, борясь с инфляцией, искусственно ограничила эмиссию денег. В результате страны ближнего российского зарубежья попали в сложнейшую экономическую и политическую ситуацию. Их граждане стали требовать от своих правительств разрешения «кризиса наличности», а правительства этих стран не могли ничего сделать. Им никак не удавалось получить от российских коллег дополнительные вагоны с разноцветным «денежным товаром».

Для преодоления «рублевого голода» правительствам вновь образовавшихся государств пришлось пускать в обращение всевозможные денежные суррогаты (украинский купон, белорусский «зайчик», латвийский «рубль» и т. п.), а также резко ускорить подготовку к переходу на собственные валюты.

Для ведения международной торговли в условиях существования разных валют человечество создало механизм взаимных расчетов между гражданами и фирмами различных стран. Обычно его называют валютным рынком.

Основа этого механизма — пропорции обмена валют, называемые **валютными курсами** и представляющие собой цену национальных валют. Проще говоря, валютный курс — это то количество денежных знаков других стран, которое надо уплатить, чтобы купить одну денежную единицу определенной страны.

Валютный (обменный) курс — цена одной национальной денежной единицы, выраженная в денежных единицах других стран.

Например, в конце февраля 2001 г. на мировом валютном рынке сложились следующие кросс-курсы (взаимные цены) валют (табл. 24.5).

Таблица 24.5

Кросс-курсы основных валют мира в феврале 2001 г.

	USD	DEM	GBR	JPY	EUR
USD	1	0,4673	1.4523	0,0086	0,9137
DEM	2,1399	1	3,1081	0,0185	1,956
GBP	0,6884	0,3217	1	0,0059	0,6289
JPY	115,92	54,17	168,24	1	105,92
EUR	1,094	0,5112	1,5881	0,0094	1

Это значит, что 1 доллар США стоил (т. е. для его покупки надо было столько заплатить в данной национальной валюте — цифры по столбцу USD таблицы):

в немецких марках (DEM) — 2,1399;
в английских фунтах (GBR) — 0,6884;
в японских иенах (JPY) — 115,92;
евро (EUR) — 1,094.

В России 1 доллар стоил в этот момент 28,7 руб.

Но что определяет валютные курсы? Какие факторы приводят к тому, что абсолютное значение курса, например, доллара, выраженное в рублях, в 7633,3 раза выше, чем в британских фунтах стерлингов?

Поначалу — многие века — мировая экономика решала этот вопрос очень просто. Вспомним, что основой национальных денежных систем служили два благородных металла — золото и серебро. Многие страны чеканили свои монеты из этих металлов. И потому обмен валют разных стран шел по весу содержащегося в них благородного металла (именно поэтому на картинах старинных мастеров менялы изображены с весами в руках).

Когда монеты стали вытесняться из обращения бумажными деньгами, задача обмена национальных валют усложнилась. Для ее решения была придумана система так называемого золотого стандарта, существовавшая примерно полвека — с 1879 по 1934 г.

Золотой стандарт — механизм обмена национальных валют пропорционально весу золота, который объявлялся обеспечением номинала денежных знаков.

При этом идея формирования пропорции обмена валют была все та же — «по золоту». Только вместо реального обращения золота мы получаем обращение его представителей — бумажных денег. В эпоху «золотого стандарта» пропорции обмена валют были неизменными, или, другими словами, валютный курс был фиксированным. При этом правительства поначалу брали на себя даже обязательство гарантированно менять по желанию граждан бумажные деньги на золотые монеты.

Беда системы «золотого стандарта» состояла в том, что в условиях инфляции граждане предпочитали немедленно превращать обесценивающиеся бумажные деньги в золото. Именно поэтому действие классической системы «золотого стандарта» было приостановлено с началом Первой мировой войны. Правительства воюющих стран были вынуждены резко увеличить свои расходы путем эмиссии ничем не обеспеченных бумажных денег, что немедленно вызвало бурную инфляцию. Правда, после окончания Второй мировой войны была сделана еще одна попытка возродить, хотя и в модифицированной форме, систему «золотого стандарта». Но в начале 1970-х гг. идея увязки валютных курсов с золотым обеспечением бумажных денег окончательно потеряла привлекательность для ведущих стран мира.

Дольше всего остатки идеи «золотого стандарта» сохранялись в СССР: с 1950 по 1992 г. рубль официально приравнялся к 0,222168 г чистого золота. Правда, смысла в этом не было никакого: обмен рублей на золото в СССР не производился, и курс рубля к другим валютам назначался не по соотношению золотых содержаний.

Отказ во всем мире от «золотого стандарта» привел к рождению в 1970-х гг. мощного валютного рынка, на котором валютные курсы стали формироваться под влиянием соотношений спроса и предложения на ту или иную валюту.

Размеры спроса и предложения на валютном рынке зависят прежде всего от объемов взаимной торговли между теми или иными странами. Зная это, мы можем схематично представить модель рождения валютного рынка (рис. 24.4).

Фирмы, участвующие во внешней торговле	Валютные ситуации	
	Хотят получить	Имеют
Японские фирмы, экспортирующие товары в США	Иены ↑	Доллары ↓
Фирмы США, экспортирующие товары в Японию	Доллары ↑	Иены ↓

Рис. 24.4. Механизм возникновения валютного рынка

С помощью рисунка, описывающего торгово-валютные отношения между США и Японией, можно увидеть, что участниками этого рынка являются:

- японские фирмы, экспортировавшие свои товары в США и получившие за них там доллары. Но ведь для возмещения своих затрат в родной стране, уплаты налогов и распределения прибылей им нужны не доллары, а иены (если только они не собираются на всю сумму долларовой выручки купить американские товары для импорта в Японию). Следовательно, японским фирмам нужно превратить доллары в иены;
- американские фирмы, которые экспортировали товары в Японию и получили выручку в иенах. Эту выручку им нужно теперь превратить в доллары (конвертировать), чтобы ввезти ее в США и ис-

пользовать затем для обеспечения своей дальнейшей деятельности. Ведь американское правительство не разрешает платежи на своей территории в иностранных валютах.

Итак, американские фирмы-экспортеры имеют иены, но нуждаются в долларах США, чтобы ввезти их к себе в страну. А их японские коллеги имеют доллары США, но нуждаются в иенах, поскольку только эта валюта признается в их стране. Удовлетворить нужды обеих групп экспортеров может только валютный рынок, где одни хотят купить иены за доллары, а другие — купить доллары за иены. Соответственно на валютном рынке США японцы будут стараться продать полученные ими доллары и купить иены, а на валютном рынке Японии американцы будут проводить сделки по продаже иен и покупке долларов. Это означает, что на валютном рынке столкнутся спрос на иены, выраженный в долларах, и спрос на доллары, выраженный в иенах.

Чем больше, скажем, долларовая масса, которую необходимо превратить в иены, по сравнению с массой иен, предлагаемой к продаже именно за доллары (ведь некоторым компаниям нужно продать иены, например, за валюту евро и т.д.), тем выше цена иены, выраженная в долларах, т. е. курс иены к доллару.

Таким образом, главный фактор формирования валютных курсов — соотношение объемов взаимного экспорта и импорта между различными странами. Если, например, в России продается американских товаров значительно больше, чем российских в США, то большому числу рублей, которые американским фирмам-экспортерам надо превратить снова в доллары, противостоит меньшее число долларов российских фирм-экспортеров, которые надо превратить в рубли. Тогда за каждый доллар приходится платить несколько рублей. Чем больше разрыв между предлагаемыми к взаимному обмену суммами рублей и долларов, тем выше курс доллара, т. е. цена, выраженная в рублях.

В России, правда, на формирование курсов иностранных валют влияет еще один фактор — инфляция. С 1992 г. покупка валюты (долларов США и немецких марок) стала для россиян одним из главных способов спасения своих сбережений от инфляции, так как курс доллара постоянно рос (хотя и отставал от рублевой инфляции). К началу 1995 г. доля расходов на покупку валюты достигла в структуре семейных расходов россиян примерно 17% и лишь к 2001 г. она опустилась примерно до 7%.

Поэтому в эти годы в нашей стране курс доллара зависел от взаимной торговли между Россией и США лишь в малой мере. Реально этот курс был ценой совсем особого товара под названием «спасение от ин-

фляции». И потому менялся курс доллара именно под влиянием того, как колебались реальные доходы россиян и отечественных фирм, сколько у них образовывалось свободных средств сверх необходимого минимума расходов.

Как влияет соотношение спроса и предложения на валютном рынке на изменение обменного курса, можно проследить на приведенном ниже графике (рис. 24.5). Он показывает изменение курса доллара к рублю в июле—сентябре 1992 г. на Московской межбанковской валютной бирже.



Рис. 24.5. Изменение курса доллара к рублю на Московской межбанковской валютной бирже в июле—сентябре 1992 г.

Хотя Центральный банк России активно участвовал в торгах, чтобы защитить курс рубля от слишком сильного падения, мы видим прямую зависимость между соотношением спроса на доллары и предложения их и обменным курсом рубля к доллару.

Верхняя кривая графика показывает изменение курса доллара к рублю, т. е. сколько рублей можно было получить на очередных торгах за 1 долл. США. Нижняя кривая показывает, как изменялась величина превышения спроса на доллары над их предложением к продаже. В период со 2 по 14 июля предложение долларов превышало спрос (кривая проходила ниже оси координат). Однако размеры этого превышения постепенно падали, хотя Центральному банку России удавалось тормозить развитие этой неблагоприятной тенденции. Курс доллара в этот период был почти неизменен, колеблясь около цены 130 руб./долл.

Но 16 и особенно 21 июля положение заметно изменилось. Спрос на доллары стал превышать предложение, и курс доллара (верхняя кривая)

сразу же пошел вверх, достигнув 21 июля 151 руб./долл. Затем соотношение спроса и предложения опять выравнивалось, и курс доллара к рублю до конца августа был практически неизменен, колеблясь в диапазоне 161—162 руб./долл.

Но 27 августа рынок «рухнул» — спрос резко превысил предложение, а новое руководство Центрального банка России отказалось от попыток сбалансировать их за счет собственных валютных запасов. Курс соответственно прыгнул вверх, достигнув отметки 205 руб./долл. Затем спрос снова приблизился к предложению (такой дорогой доллар продать захотели многие, а вот запросы покупателей резко сократились). И курс стабилизировался, но уже на уровне, превышающем 200 руб./долл.

Колебания валютных курсов прямо сказываются на всех гражданах страны, хотя они не всегда это сразу осознают. Чем больше страна включена в международное разделение труда, чем активнее она торгует на мировом рынке, тем больше зависит благосостояние ее граждан от обменных курсов национальной валюты. Причем влияние обменных курсов проявляется крайне противоречиво.

Разберем экономические последствия динамики курса доллара к рублю, показанной на рис. 24.5. Количество рублей, которое можно было получить за 1 долл. США с 7 июля по 27 августа, постоянно возрастало, увеличившись за этот период почти в 1,6 раза. Иными словами, рубль летом 1992 г. резко обесценился по отношению к доллару. Это сразу же сказалось на выгодности различных сделок в сфере внешней торговли.

Импортёры товаров в Россию должны были либо резко повысить цены на эти товары, чтобы окупить рост своих затрат на покупку валюты, либо перейти на торговлю теми товарами, которые в России были относительно наиболее дороги по сравнению с другими странами. Так, после скачка курса доллара за отметку 200 руб. ввозить в Россию стало выгодно практически только табачные изделия и спирт. По остальным товарам для возмещения валютных расходов надо было бы устанавливать недоступные большинству россиян цены. Это разорило бы торговлю из-за невозможности вернуть вложенные деньги.

Таким образом, обесценение рубля ведет к сокращению импорта в Россию и росту рублевых цен импортных товаров. Сужаются для россиян и возможности поехать за границу в туристические поездки, на лечение или учебу — при неизменных валютных расходах на эти цели их рублевый эквивалент становится все больше.

Зато с точки зрения экспорта отечественных товаров ситуация выглядит диаметрально противоположной. Для покупки российских това-

ров за рубли фирмам-экспортерам надо потратить теперь куда меньше иностранной валюты. Эти товары для них как бы дешевлеют. А полученная за рубежом выручка от продажи этих товаров при ее обмене на рубли (конвертации) превращается в куда большую сумму, чем прежде.

Надо сказать, что подобного рода логика влияния валютных курсов на экономическую ситуацию была осознана экономической наукой довольно давно. И стало ясно, что для победы в «торговых войнах» можно использовать и валютные операции. Например, если страна с трудом наращивает масштабы своего экспорта, а курс ее к валютам других стран устанавливается или регулируется государством (обычно этим занимается национальный банк), то можно провести девальвацию национальной валюты.

Девальвация национальной валюты — официальное снижение государством курса обмена своих денежных знаков на валюты других стран, т. е. увеличение количества этих знаков, которое можно получить за каждую единицу иностранной валюты.

Проводя девальвацию своей валюты, государство решает две задачи:

1) *товары иностранных фирм на внутреннем рынке сразу дорожают*, поскольку их валютные цены теперь оказываются эквивалентны уже большей сумме национальных денежных знаков. А так как при девальвации зарплата внутри страны не повышается, то импортные товары сразу становятся доступны гораздо меньшему числу покупателей;

2) *товары отечественных производителей сразу значительно дешевлеют на зарубежных рынках*, поскольку возместить затраты на их производство или покупку внутри страны оказывается возможно и при меньшей сумме валютной выручки.

Это очень заметно проявилось, например, в России после августа 1998 г., когда курс доллара по отношению к рублю резко — в разы — возрос (летом 1998 г. он составлял 6,5 руб./долл., а к концу того же года — уже 21,14 руб./долл., т. е. в 3,24 раза выше). Это вызвало столь же существенное удорожание импортных товаров и стало толчком к росту промышленного производства в России. Ведь благодаря этому отечественные предприятия получили возможность больше продавать россиянам свои, куда более дешевые товары.

Таким образом, состояние валютного рынка в стране и курс национальной валюты зависят от двух главных факторов:

- 1) общеэкономической ситуации, в том числе уровня инфляции;
- 2) положения дел в области внешнеэкономической деятельности.

Все это полностью относится и к России, для которой роль внешней торговли и валютного рынка в последние годы резко возросла. «Нет

никакого сомнения в том, что российская экономика сильно зависит от курса рубля, — заявил в начале 2004 г. в интервью российскому агентству «Росбизнесконсалтинг» региональный директор по Центральной и Восточной Европе аналитической фирмы Economist Intelligence Unit Лаза Кекич (Laza Kekic). — Уже сейчас мы видим, что импортеры, которые были вынуждены свернуть свою деятельность в конце 90-х годов, вновь возвращаются на рынок, что отрицательно сказывается на российском производстве». По мнению г-на Кекича, до сих пор макроэкономическая и валютная политика российских властей была правильной. «Но если вместо намеченных в этом году 5% рубль укрепится на 10—15%, экономический рост сильно затормозится, — отмечает он. — По нашим расчетам укрепление рубля (в реальном выражении) на 10% в год «съедает» 1,4—1,5 процентных пункта экономического роста. И даже запланированное пятипроцентное укрепление рубля вызовет сокращение экономического роста на 0,6—0,7 процентных пункта. А по некоторым данным, чувствительность российской экономики к укреплению рубля еще сильнее».

Иной, чуть менее пессимистичной точки зрения придерживался экономист инвестиционной группы «АТОН» Алексей Воробьев: «В 2003 г. рубль укрепился к доллару на 7,9% в номинальном выражении и на 18,7% в реальном. Чтобы определить, как это укрепление влияет на экономику, нужно посмотреть на структуру внешней торговли. С одной стороны, мы практически не являемся покупателями американских товаров и не являемся поставщиками товаров на американский рынок. С другой стороны, цены на наши экспортные товары выражены в долларах — поэтому укрепление рубля к доллару съедает прибыль экспортеров».

Но российская экономика в гораздо большей степени ориентирована на Европу. По мнению г-на Воробьева: «Сейчас мы наблюдаем девальвацию рубля к европейской валюте, — говорит он. — Поэтому цены на европейские товары в России растут, и это создает благоприятную ценовую конъюнктуру для российских производителей». При этом для производителей, ориентированных на внутреннее потребление, укрепление рубля равным счетом ничего не значит, так как у них и издержки, и выручка номинированы в рублях.

Таким образом, девальвация рубля к евро играет на руку экономическому росту, так как стимулирует развитие производства и диверсификацию экономики. Но в то же время укрепление рубля к доллару играет против экономического роста, поскольку наша экономика все же экспортно-ориентированная.

Возникает вопрос: может ли Россия пойти по пути многих стран Азии, которые путем интервенций удерживают свою национальную валюту слабой относительно доллара и таким образом стимулируют внутреннее производство, экспорт и экономический рост? Ответ может показаться неожиданным: мы уже следуем этому сценарию. Россия в 2003—2004 гг. в значительной степени повторяет путь экономического роста после кризиса 1998 г.: девальвация национальной валюты плюс высокие цены на нефть.

Вся разница в том, что в 1998 г. рубль падал относительно доллара, а теперь падает относительно евро. «У нас фактически происходит девальвация национальной валюты, — отмечал г-н Воробьев. — Рубль растет только по отношению к доллару — но не к остальным мировым валютам. И во многом на этом базируются высокие темпы экономического роста». Аналогия с азиатскими странами тоже вполне очевидна, только для нас евро играет ту же роль, что доллар для Азии.

Центробанк РФ, хотя и довольно осторожно, проводит интервенции на валютном рынке, т. е. покупает доллары и тем самым, повышая спрос на эту валюту по отношению к рублю, тормозит (но не останавливает совсем) укрепление рубля к доллару. Но при этом ослабление рубля относительно евро еще больше ускоряется. Между тем экспорт из стран Азии — на котором зиждется их экономический рост — идет в основном в долларовую зону. Внешняя же торговля России связана главным образом с еврозоной. Во всем, кроме сырья.

Между тем в скором времени Россия может вступить в полосу падения рубля и относительно доллара. Поскольку нефтяные доходы пока все-таки остаются основой доходов бюджета и главным фактором экономического роста, правительство не может не беспокоить снижение рентабельности сырьевиков. Первый намек на грядущее ослабление рубля сделал вице-премьер, министр финансов Алексей Кудрин еще в апреле 2003 г. — тогда он заявил, что год от года бюджет России будет «верстаться» со все более низким курсом рубля. А в начале года первый зампред Центробанка РФ Олег Вьюгин сообщил, что ЦБ планирует ввести требования резервирования (временного замораживания на банковских счетах) для компаний, привлекающих внешние заимствования, — до 20% объема займа. Это значит, что ЦБ будет прилагать все большие усилия к снижению притока валюты в страну — а значит, к замедлению укрепления рубля'.

§ 88. Внешняя торговля России и проблемы ее развития

Внешняя торговля всегда играла и продолжает играть огромную роль в экономической жизни нашей страны. Наличие больших запасов полезных ископаемых стало для России палочкой-выручалочкой, помогая компенсировать ошибки и провалы в экономической политике. Не будь у страны возможности осуществлять огромный экспорт нефти и газа, трудно сказать, как Россия пережила бы последние годы. По сути дела весь тот внешний блеск «новой экономики», который мы можем наблюдать в витринах роскошных магазинов, в рекламах развлекательных клубов и игорных домов, оплачен пока только экспортом природных ресурсов.

Поэтому легко понять, сколь серьезно экономистов и правительство интересует то, что происходит в сфере российской внешней торговли: как меняются объемы экспорта и импорта, что Россия вывозит и что ввозит и в какие страны.

В 1990-е гг. наша страна вступила с очень неблагоприятной динамикой внешнеторговых показателей: в 1991 г. по сравнению с 1990 г. импорт сократился на 20%, а экспорт — даже на 28%. При сложившейся к тому моменту огромной зависимости российской экономики от импорта продовольствия, запасных частей, кормового зерна и других дефицитных товаров такая динамика внешней торговли грозила чрезвычайно серьезными последствиями. Лишь с большим трудом в 1992 г. удалось добиться прекращения падения экспорта и роста импорта. А уже в 1993-1994 гг. началось пока еще очень медленное, но увеличение экспорта при почти стабильном объеме импорта (рис. 24.6). Сильно помогло этому резкое повышение на мировом рынке цен на нефть — главный товар российского экспорта — с 9 до более чем 25 долл. за баррель.

Куда менее радует российских экономистов ситуация со структурой отечественного экспорта и импорта. Легко можно заметить на рис. 24.7, что Россия выходит на мировой рынок (стран вне СНГ) преимущественно как экспортер природных ресурсов — энергетических и минеральных. Суммарно на эти две статьи российского экспорта приходится сейчас более 87% общей его стоимости. Доля же машиностроительной продукции составляет лишь 9%.

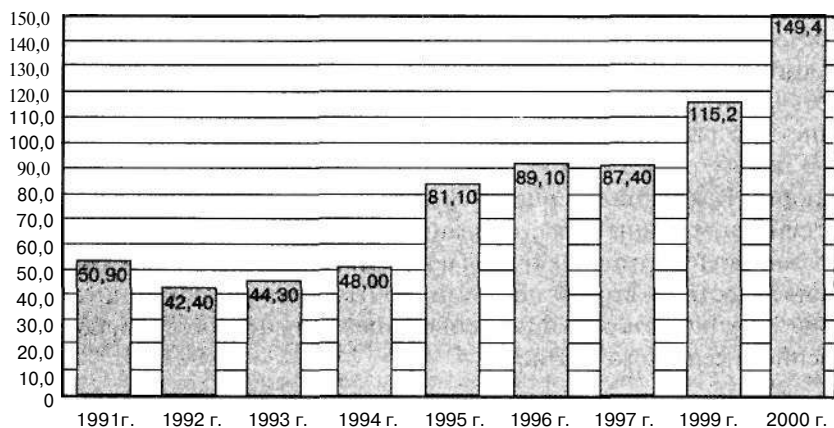


Рис. 24.6. Динамика объемов российского экспорта 1990—2000 гг.

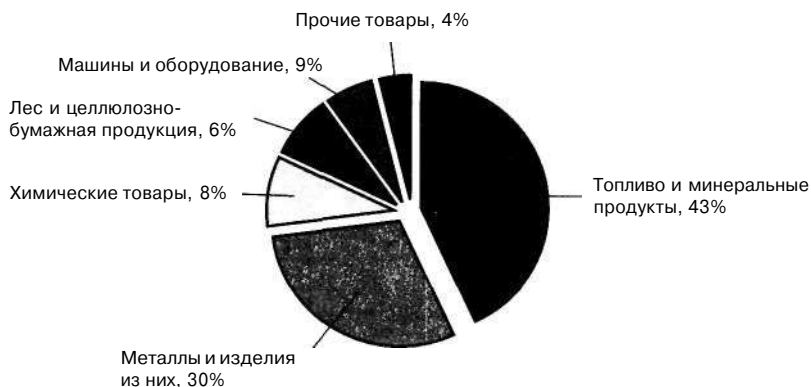


Рис. 24.7. Структура российского экспорта в 2000 г.

Собственно, в экспорте сырья и энергоресурсов нет ничего плохого. Важно лишь, чтобы доходы от вывоза невозпроизводимых природных ресурсов страна умело использовала для создания современных отраслей и высококачественных продуктов обрабатывающей промышленности. Тогда будущее истощение месторождений не грозит стране резким падением уровня жизни.

К сожалению, этого России пока добиться не удастся. И потому экспорт сырьевых товаров не становится способом поддержки экономического развития страны исходя из требований XXI в. Этот экспорт лишь маскирует экономический кризис в сельском хозяйстве и большинстве отраслей промышленности.

В пользу такого вывода говорит и изучение структуры российского импорта. Как видно на рис. 24.8, 37% в российском импорте в 2000 г. составляли машины и оборудование. Эта продукция замещала товары переживающей глубокий кризис российской машиностроительной промышленности. А второй по объему статьей импорта было продовольствие, закупки которого помогали стране компенсировать слабость собственного сельского хозяйства.

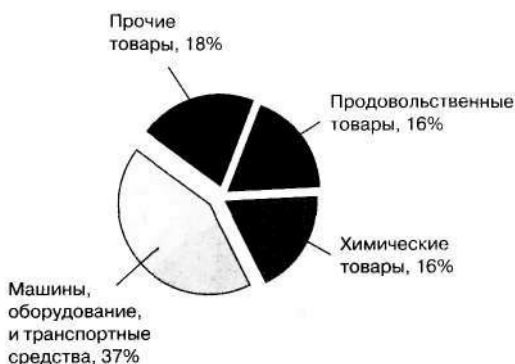


Рис. 24.8. Структура российского импорта в 2000 г.

Ну а с кем торгует Россия сегодня? Изучение этой проблемы многое дает для понимания общей ситуации в экономике и оценки конкурентоспособности российских товаров (рис. 24.9).

Рисунок показывает, что 87% российского экспорта уходит в промышленно развитые страны. Именно они покупают отечественные природные ресурсы и энергоносители. На долю же бывших союзных республик СССР, сотрудничающих ныне в рамках Содружества Независимых Государств (СНГ), приходится лишь 13% нашего нынешнего экспорта, но зато 58% импорта. При этом Россия все время сталкивается с конфликтными ситуациями в торгово-экономических отношениях со странами СНГ. Они охотно приобретают российские товары, осо-

бенно сырье и энергоносители, но крайне неохотно их оплачивают. Из-за этого правительству России приходится постоянно вести тяжелые переговоры о погашении долгов этих стран перед российскими поставщиками.



Рис. 24.9. Географическая структура российской внешней торговли в 2000 г.

Дело это крайне тяжелое в силу непростого географического положения, в которое попала наша страна после распада СССР. Например, Украина, крупнейший должник России, не уплатила огромные суммы за поставленный ей российский газ. Казалось бы, самый простой выход в такой ситуации — перестать поставлять газ недобросовестным украинским покупателям. Но сделать это крайне трудно, так как все российские трубопроводы, по которым мы экспортируем газ, проходят через территорию Украины. И когда Россия прекращает поставки газа этой стране, там просто самовольно подключаются к российским трубопроводам. А перекрыть их вообще наша страна не может — тогда мы лишимся возможности поставлять газ аккуратно оплачивающим его европейским странам, и наши убытки возрастут.

Все это говорит о том, что проблемы российского экспорта и импорта еще долго будут оставаться одной из главных проблем внутренней и внешней политики. Многие годы уйдут на то, чтобы улучшить структуру экспорта и сформировать нормальную систему отношений со всеми нашими торговыми партнерами. Сделать это будет легче, если Россия выйдет из экономического кризиса и сумеет сохранить обрабатывающие отрасли промышленности. В противном случае наша страна на долгие десятилетия станет лишь сырьевым придатком индустриальных стран.

Конечно, можно жить и с такой моделью внешнеторговых отношений, но она не будет способствовать ускорению роста благосостояния россиян. Этой задаче более соответствует экспорт продукции с высокой долей добавленной стоимости. А такую продукцию создают отрасли перерабатывающей и обрабатывающей промышленности, а не добывающий комплекс.

Но при той или иной структуре экспорта величину его все равно надо наращивать как можно быстрее, чтобы обеспечить рынки сбыта отечественной продукции и заработка тем, кто на них работает. Сегодня российский экспорт настолько мал и по абсолютной величине, и по отношению к ВВП страны, что наша страна играет крайне незначительную роль в мировой торговле (а значит, и в мировой экономике). Представление о реальном положении дел легче составить, если посмотреть, какова доля российского экспорта и импорта в оборотах всего мирового рынка (рис. 24.10). Как мы видим, вопреки устоявшимся представлениям о России как о великой экономической державе, наше реальное место в мировой экономике крайне незначительно: в мировом экспорте мы занимаем менее 2%, а в мировом импорте — чуть больше 1%.



Рис. 24.10. Доля России в мировом экспорте и импорте (1995 г.)

Резкое увеличение масштабов российской внешней торговли и повышение роли нашей страны в мировой экономике возможны. Но это требует стабильной экономической политики, не зависящей от смены политических партий у власти (именно так обеспечивается экономический рост в США, Японии, Италии, Великобритании). Сумеет ли Россия решить эту задачу — покажет будущее.

Страницы экономической истории человечества

От Ивана ГРОЗНОГО до ВТО:

краткая история российской внешней торговли

Важнейшим рубежом в развитии российской внешней торговли стал 1553 г.

Именно тогда в Лондоне возникла первая компания с совместным капиталом (прабабушка современных акционерных фирм). Ее целью было финансирование морской экспедиции, которой предстояло отыскать новый путь в Китай через северные и восточные моря.

Три корабля вышли из Лондонского порта, но два из них со всем экипажем погибли во льдах, и лишь третьему под началом капитана Ричарда Чэнслера удалось пробиться в Архангельск.

Оттуда его со всей командой немедленно отправили к царю Ивану Грозному в Москву. Свое будущее английские моряки видели в самых мрачных красках. Еще у себя на родине они были наслышаны о лютom российском монархе.

Но Иван Грозный принял Чэнслера как дорогого гостя и устроил в его честь пышный пир. Причина неожиданного гостеприимства царя проста: в то время Россия оказалась отрезана от европейского рынка в силу враждебных действий Швеции и Польши. Иван Грозный понимал: с помощью британских купцов он сможет прорвать торговую блокаду.

Именно потому английским купцам были предоставлены большие льготы — им дали монопольное право исключительной и беспошлинной торговли в стране.

Капитан Чэнслер не достиг Китая. Но в Лондоне его принимали как героя: настолько большие перспективы для развития российско-английской торговли открывала привезенная им грамота Ивана Грозного к королю Эдуарду VI.

В ней говорилось, что английские корабли с торговыми грузами могут приходить в российские порты, «когда и как часто пожелают с благонадежностью, что им не будет учинено зло». Это побудило к созданию в Лондоне крупной торгово-мореходной фирмы «Москови компани», которая и занялась такой торговлей.

Но не всегда климат для международной торговли складывался в России столь благоприятно. Спустя сто с лишним лет с момента встречи Ивана Грозного с капитаном Чэнслером ситуация резко изменилась.

В 1667 г. царь Алексей Михайлович утвердил «Новоторговый устав», который запретил иностранным купцам вести розничную торговлю внутри страны. Даже продавать свои товары русским купцам большими партиями — оптом — они могли лишь в пограничных городах. По сути дела этот документ закрывал Россию для иностранных торговцев, поскольку даже за простой проезд внутри страны они должны были пла-

тить огромные деньги. На территории России иностранцам запрещалось торговать даже друг с другом.

Этот барьер на пути торговли ломать пришлось уже сыну царя Алексея Михайловича — Петру I, который, напротив, попытался открыть российскую экономику навстречу соседям. О том, что экономическая политика сына принесла нашей стране намного больше пользы, чем политика отца, и говорить не приходится.

Во времена его правления число иностранных купцов, постоянно находившихся в России в связи с большим объемом своей торговли, возросло в несколько раз, а российские порты заполнились иностранными кораблями. Особенно российская внешняя торговля оживилась после победы в Северной войне 1700—1721 гг., когда Россия получила выход к Балтийскому морю и был построен Петербург (кстати, первый торговый корабль пришел в его гавань спустя всего несколько месяцев после основания города — в ноябре 1703 г.).

В 1731 г. иностранцам разрешили вести оптовую торговлю в российских городах. А если они соглашались записаться в российское мещанство, то могли сами вести и розничную торговлю. В середине XIX в. иностранцам даже разрешили, не принимая российского гражданства, записываться во вторую и третью купеческие гильдии. Такое право давалось им, однако, только на 10 лет и в случае, если они строили в стране свой завод или фабрику.

Так развитие внешней торговли постепенно стало приводить к расширению участия иностранцев и в создании российской промышленности. Особенно это было характерно для конца XIX — начала XX вв., когда усилиями иностранных инвесторов в стране ускоренно начала развиваться тяжелая промышленность, особенно металлургия. В этот период бурно развивался и российский экспорт (например, сибирское сливочное масло стало господствующим на европейском рынке и почти полностью вытеснило прежнего хозяина рынка — масло из Англии).

Принципиально ситуация в сфере российской внешней торговли изменилась после Октябрьской революции и построения в СССР планово-командной экономики. Ее важным элементом стал провозглашенный В.И. Лениным принцип государственной монополии внешней торговли. В соответствии с этим принципом все экспортно-импортные операции в СССР могло осуществлять только государственное внешнеторговое ведомство — Министерство внешней торговли. Как показал опыт, большой пользы развитию российской внешней торговли такая модель не принесла.

И потому одним из первых шагов в ходе реформ экономического механизма нашей страны, начатых в 1992 г., была либерализация внешней торговли: государственная монополия была отменена и право осуществления экспортно-импортных сделок (кроме ограниченного круга товаров) было предоставлено всем гражданам и коммерческим фирмам.

Но когда новые российские коммерсанты попытались самостоятельно проникнуть на мировые рынки, их встретили там отнюдь не с распростертыми объятиями. Против них были приняты жесточайшие протекционистские меры в форме повышенных пошлин на импорт.

Стало ясно: для спасения российского экспорта необходимо вступить во Всемирную торговую организацию, члены которой ограждены от опасности столкнуться с торговыми барьерами на границах стран, в которые они хотят продавать свои товары.

Основные выводы

1. Возникновение и развитие международной торговли обусловлены тремя основными причинами: неравным распределением природных ресурсов (благ) между странами; существованием абсолютных преимуществ в производстве товаров; возникновением в результате разных темпов технического прогресса и других факторов относительных преимуществ каждой страны в производстве тех или иных товаров. Организация специализации производства и международной торговли на основе принципа относительного преимущества позволяет практически каждой стране на выгодных для себя условиях принять участие в международной торговле и немало на этом зарабатывать, даже если у нее нет пригодных для продажи природных ресурсов. При этом международная торговля реально расширяет производственные возможности всех участвующих в ней стран. Такая торговля является одним из механизмов обеспечения наиболее эффективного распределения ограниченных ресурсов, но уже в мировом масштабе.

2. Хотя свободная международная торговля выгодна всем странам, но большинство из них использует те или иные ограничения на внешнеторговые сделки. Эти ограничения порождаются стремлением государства получить доход от налогообложения внешней торговли, а также давлением на государства лоббистских группировок тех отраслей, товары которых не выдерживают конкуренции на внутреннем рынке с импортными товарами. Ограничения на внешнюю торговлю могут иметь различную форму: от прямого количественного ограничения масштабов импорта (а в некоторых случаях и экспорта) до установления различной величины налогов (пошлин) на экспорт и импорт товаров. Политика ограничения доступа импортных товаров на внутренний рынок носит название протекционизма. Она всегда невыгодна для страны в целом и покупателей товаров *и* частности. Но большинство стран мира до сих пор пользуются ею, так как она позволяет не только избе-

гать конфликтов с могущественными отечественными фирмами, но и пополнять государственный бюджет. В XX в. все больше стран осознают невыгодность протекционизма и вступают в международные торговые организации и экономические союзы. В крупнейшую из таких организаций — Всемирную торговую организацию — необходимо вступить и России для защиты своих экспортеров от протекционистских мер других стран.

3. Подавляющее большинство стран мира требует, чтобы все расчеты за товары и услуги на их территории осуществлялись только в национальной валюте. Это порождает необходимость обмена выручки от внешнеторговых операций из одних национальных валют в другие. Решение этой проблемы является задачей валютного рынка. Валютный рынок, на котором продаются и покупаются денежные знаки различных стран, определяет их относительные цены. Эти цены называются валютными курсами и показывают, сколько денежных единиц одной страны надо уплатить за получение денежной единицы другой страны. Валютные курсы, как правило, зависят от соотношения экспорта и импорта между различными странами, поскольку именно объемы взаимных экспортно-импортных операций определяют величины спроса и предложения взаимно сопоставляемых валют. В России валютные курсы, кроме того, в первой половине 1990-х гг. в значительной мере определялись тем, что люди делали сбережения в валюте, пытаясь защититься от инфляции. Изменения валютных курсов оказывают большое влияние на экономику, особенно если их динамика отличается от развития инфляционных процессов внутри страны.

4. Внешняя торговля играет огромную роль в развитии российской экономики, помогая ослабить негативные последствия трудного процесса перестройки экономической системы страны. Россия является экспортером преимущественно минеральных ресурсов, а импортирует продовольствие, оборудование и промышленные товары потребительского назначения. Такая структура внешней торговли не очень благоприятна для экономического роста страны, но изменить ее крайне трудно, так как подавляющее большинство отечественных товаров пока неконкурентоспособно на мировом рынке по техническому уровню и качеству. Обеспечить их сбыт удастся только за счет продажи по ценам, существенно более низким, чем сложившиеся в мире. Но это вызывает ограничительные меры со стороны правительств тех стран, на рынки которых пытаются проникнуть российские товары.

Контрольные вопросы

1. Какие причины делают целесообразной торговлю между различными странами?
2. Какую прибыль (на основе данных табл. 24.1 и далее по тексту) получит украинский купец, если он экспортирует в Россию тот товар, который в его стране наиболее для этого выгоден?
3. За счет каких факторов возникают различия в соотношениях затрат на производство одних и тех же товаров в различных странах?
4. Что такое протекционизм?
5. Каким образом страна может защитить свой рынок от импорта товаров?
6. Кто выигрывает и кто проигрывает при установлении пошлин на импорт?
7. Какие виды товаров Россия сегодня экспортирует в наибольших масштабах?
8. Какие страны являются важнейшими торговыми партнерами России?
9. Почему России так важно наладить торговлю со странами СНГ и Восточной Европы?
10. Что такое валютный курс и какова его экономическая природа?
11. Почему падение курса рубля по отношению к доллару выгодно российским экспортерам и невыгодно российским импортерам?
12. Почему стабилизация курса рубля по отношению к иностранным валютам выгодна с точки зрения долгосрочных интересов страны в целом, но в данный момент невыгодна многим россиянам, хотя они и не занимаются импортом или экспортом?

Вопросы для обсуждения

1. Почему российское правительство проводит политику поддержки национальных производителей с помощью протекционистских мер (введения пошлин на импорт), а не путем выдачи субсидий тем отраслям и фирмам, производство в которых выгодно поддержать с позиций долгосрочных интересов страны?
2. Почему введение «валютного коридора» может способствовать росту инвестиций внутри России?
3. Почему в России государство запрещает гражданам помещать валютные сбережения в иностранные банки, а в Японии, наоборот, поощряет?

ГЛАВА 25.

ЭКОНОМИКА МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

Существует абсолютный предел способности Земли поддерживать или выдерживать процесс промышленной деятельности, и есть основания полагать, что мы сейчас приближаемся к этому пределу очень быстро.

Роберт Л. Хейлбронер

В последние годы на экранах телевизоров все чаще замелькали кадры ожесточенных сражений полиции с «антиглобалистами», которые пытались сорвать совещания глав правительств крупнейших стран мира — «Большой восьмерки». Вокруг чего же кипят нешуточные страсти (во время волнений в Генуе в 2001 г. один из демонстрантов был убит полицией), что это вообще такое — «глобальные экономические проблемы»?

§ 89. Глобальные экономические проблемы конца XX — начала XXI вв.

До сих пор мы изучали проблемы на микро- и макроэкономическом уровнях, т. е. на уровне отдельных рынков или национальной экономики. Но есть еще один, более высокий уровень проблем. Это проблемы мировой экономики в целом, или, как ее можно иначе назвать, геоэкономики (от лат. *geo* — «земля»). Эти проблемы включают, конечно, развитие международной торговли и международных финансовых отношений, но не исчерпываются ими. Есть еще ряд ключевых проблем, значение которых человечество особенно остро ощутило в XX в. и которые будут очень сильно влиять на жизнь человечества в веке XXI.

Первая из этих проблем — растущая пропасть между богатейшими и беднейшими странами мира (рис. 25.1).

В настоящее время на долю 25 богатейших стран мира (к ним относятся наиболее промышленно развитые страны, а также ближневосточные страны — экспортеры нефти) приходится уже более 80% мирового валового внутреннего продукта, а общая численность граждан этих стран составляет лишь 17% населения Земли (их иногда называют «золотой миллиард», так как такова их примерная численность в абсолютном выражении). При этом масштаб различий в уровнях благосостояния растет («ножницы неравенства» раздвигаются все шире), а не сокращается.

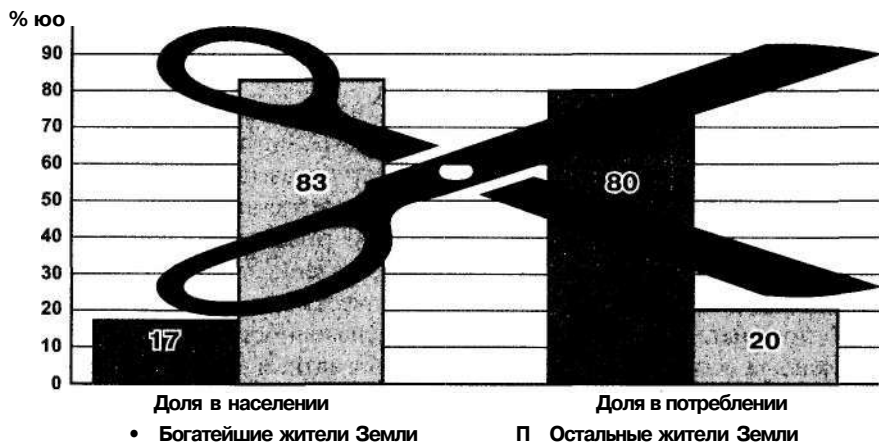


Рис. 25. 1. «Ножницы неравенства» между жителями богатейших стран мира и всем остальным населением планеты

Это связано с рядом причин, и одна из главных — «ловушка Мальтуса», о которой мы говорили выше. Дело в том, что население беднейших стран увеличивается более быстрыми темпами, чем объем производимого ими валового внутреннего продукта. Хотя последний увеличивается даже быстрее, чем в наиболее развитых странах мира (соответственно 3,2 и 2,3% в год на протяжении 1965—1987 гг.), но высокая рождаемость сводит на нет все результаты роста производства. В итоге, по данным ООН, если в 1960 г. доходы 20% граждан Земли, проживавших в наиболее богатых странах, превышали доходы 20% граждан беднейших стран мира в 30 раз, то в 1989 г. это превышение составило уже 59 раз.

Если воспользоваться критериями, некогда предложенными Эрнстом Энгелем (см. «Страницы экономической истории человечества»), то можно обнаружить, что беднейшие страны в своем развитии отстали от богатейших примерно на четыре века. Поэтому на планете реально сосуществуют две цивилизации: одна вступила в XXI век, а вторая только в XVII век.

Такое неравенство в уровнях благосостояния становится все более серьезной причиной мировой нестабильности. Именно на фоне нищеты рождаются те локальные военные конфликты и войны, которые стали бедствием человечества в конце XX в. и на ликвидацию которых крупнейшим странам мира приходится тратить все более значительные средства, отнимая их у собственной экономики. Эта проблема остро ощущается и в России, которой тоже приходится тратить немалые сред-

ства, чтобы не допускать разрастания войн в соседних с ней бедных странах, иначе эти войны грозят перекинуться и на ее территорию, а беженцы стали проблемой уже сегодня.

К сожалению, в обозримой перспективе добиться существенного выравнивания уровней благосостояния жителей различных стран не представляется возможным. Для этого, как показывают расчеты, необходимо увеличить сегодняшний уровень потребления ресурсов в 40 раз. Но современная наука не знает технологий, которые способны были бы решить эту задачу. Кроме того, для осуществления такого скачка может не хватить ресурсов планеты просто физически.

Самый наглядный пример тому — обеспеченность человечества пригодной для использования землей. В незапамятной древности, когда человек жил охотой, для пропитания каждому требовалось примерно 120 кв. км охотничьих угодий. Изобретение земледелия, а затем создание промышленной цивилизации резко сократили эту потребность: сегодня для обеспечения всех нужд человека на него должно приходиться 2 га земельных участков разного типа.

Но человечество растет быстрее, чем совершенствуются технологии обеспечения его выживания.

В 2000 г. численность населения планеты достигла 6 млрд человек, а общая площадь земель, обеспечивающих нужды человечества, составляет на планете лишь 11 млрд га. Значит, уже сегодня обеспеченность людей землей упала ниже критического уровня.

Конечно, ресурсоемкость производства жизненных благ можно сократить, и возможности здесь огромны. Например, благодаря ресурсосберегающим технологиям на производство 1 долл. ВВП США тратят сейчас воды в 6 раз меньше, чем Россия. Но освоение таких технологий требует огромных инвестиций, а осуществить их невозможно для беднейших стран из-за того «порочного круга слаборазвитости», о котором мы уже говорили.

В XX в. богатейшие страны мира попробовали разорвать «порочный круг слаборазвитости» с помощью одалживания беднейшим странам денежных средств на программы развития. Однако результаты таких программ финансовой помощи оказались не особенно существенными. Зато развивающиеся страны, ко всему прочему, оказались в огромном долгу перед развитыми странами и международными финансовыми организациями — своими кредиторами (рис. 25.2).

Эта проблема самым непосредственным образом затрагивает и Россию. Наша страна унаследовала от СССР права на почти 150 млрд долларов задолженности со стороны ряда развивающихся стран.

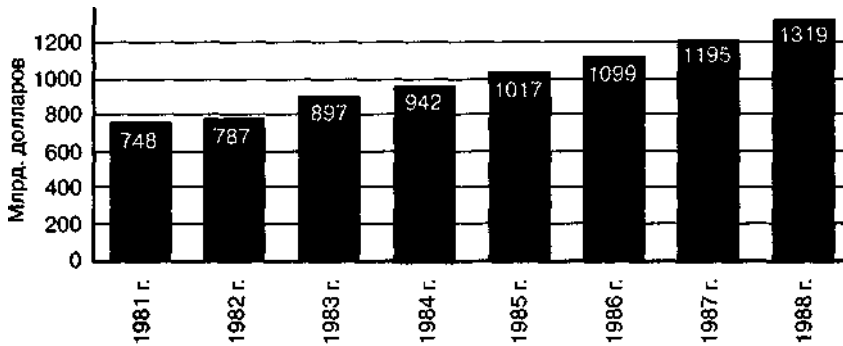


Рис. 25.2. Динамика задолженности развивающихся стран

Следовательно, почти 11 % общей задолженности этих стран — долги перед Россией (которая и сама должна развитым странам мира более 100 млрд долл.).

Наши шансы на получение этой задолженности крайне низки. Дело в том, что все займы, которые мы сейчас не можем вернуть, предоставлялись во времена СССР исключительно на политической основе. Это была так называемая «помощь братским странам», т. е. средства одалживались развивающимся странам не под коммерчески окупающиеся проекты развития, а за выбор социалистического пути развития. Поэтому одолженные СССР деньги не заработали получившим их странам никакой прибыли и возвращать долги не из чего.

Человечество сейчас оказалось на очень трудном рубеже своего развития. Либо ему необходимо найти принципиально новые, невиданно эффективные и ресурсосберегающие технологии производства жизненных благ, либо сбудутся слова Мальтуса о том, что *«...порядок и гармония пиришествва будут вскоре нарушены, и счастье пирующих омрачится зрелищем появившейся всюду нищеты...»*

Уже сегодня прирост производства продуктов питания отстает от прироста населения. Так, за 1985—1991 гг. прирост производства зерна в год составлял 1%, а населения Земли — 2%. В итоге душевое потребление зерна упало на 8%. Не растет на протяжении последнего десятилетия среднедушевое потребление ни соевых и бобовых культур (главного источника белка для людей и домашнего скота и птицы), ни мяса. А улов рыбы (после рекорда в 100 млн в 1989 г.) начал падать — и в расчете на душу населения, и по абсолютной величине.

Исчерпал свои возможности и «золотой ключик плодородия XX века» — минеральные удобрения. Увеличение их внесения теперь уже не только не дает столь существенного прироста урожайности, но и делает выращенное непригодным для пищи человека. И потому во всем мире с 1989 г. четко проявилась тенденция сокращения масштабов внесения минеральных удобрений.

Иными словами, человечество в XXI в. может попасть в «ловушку Мальтуса» и соответственно вынуждено будет обратиться к его мрачным рецептам ограничения численности населения. Обдумав этот вариант, весьма авторитетное объединение ученых — «Римский клуб», созданное еще в 1972 г., — попыталось разработать программы, с помощью которых человечество смогло бы предотвратить глобальную катастрофу.

В последнем из материалов «Римского клуба» — книге Донеллы и Денниса Медоузов «За пределами» — предложены три такие программы:

1) в течение XXI в. (на протяжении жизни трех поколений) необходимо сократить численность населения Земли до 1 млрд человек. Это потребует введения квот численности для каждой страны мира (например, для России такая квота, по оценкам, составила бы 50 млн человек к 2020 г.);

2) развивающимся странам мира необходимо отказаться от создания у себя промышленности по образцу промышленно развитых стран мира. Им следует ориентироваться на природосберегающие, «зеленые» технологии, которые позволят прокормить население;

3) необходимо повсеместно значительно ограничить материальное потребление, изменив его модели самым решительным образом в пользу более аскетичной жизни.

Скорее всего, это очередная утопия. Трудно представить, чтобы 4000 народов (этносов), населяющих сегодня Землю, настолько прониклись пониманием неизбежности будущей глобальной мальтузианской катастрофы, что смогли договориться и реально воплотить в жизнь такие программы.

Экономисты, придерживающиеся более оптимистичных позиций в прогнозировании будущего, уповают на три основных фактора предотвращения глобальной катастрофы:

1) сокращение военных расходов после окончания «мировой холодной войны» между социалистическим и капиталистическим лагерями (ведь еще и сегодня во всем мире на военные нужды ежедневно тратится 3 млрд долл.) и использование сэкономленных средств для реализации более эффективных программ развития хозяйства в беднейших странах мира;

2) резкое повышение эффективности хозяйства бывших социалистических стран за счет создания ими экономических систем рыночного типа;

3) новые достижения науки и техники, которые приведут к разработке и освоению высокопродуктивных и ресурсосберегающих технологий.

При этом в качестве аналогии указывается на самый древний из известных историкам экономических кризисов — тот, что разразился на просторах Евразии 10—15 тыс. лет тому назад. К тому моменту человечество сумело резко повысить результативность охоты — своего главного источника пропитания. Были изобретены каменный топор, лук, дротик, ловушки. Удачливость охотников возросла настолько, что самая крупная дичь вскоре была истреблена почти полностью.

В результате начавшегося голода и жесточайших битв за пропитание численность населения сократилась в 10 раз. Человека как биологический вид спасла первая — неолитическая — техническая революция: освоение земледелия и скотоводства.

Ждет ли нас еще одна такая спасительная техническая революция — никому неизвестно. Но ясно, что на крупномасштабную финансовую помощь от развитых стран мира (как в виде государственных кредитов, так и частных инвестиций) России ныне рассчитывать не приходится. Этим странам сегодня не до нас — у них слишком много других, еще более острых проблем.

Поэтому восстановление российской экономики и обеспечение устойчивого экономического роста — задачи, которые придется решать совершенно самостоятельно и за счет внутренних ресурсов. Если мы не сумеем этого сделать, то Россия как единое государство в XXI в. может просто исчезнуть, как исчезла в XX в. такая некогда могущественная империя, как Австро-Венгрия.

Это даже не будет связано с войнами. Просто отдельные регионы Российской Федерации будут все больше экономически срастаться с ближайшими развитыми зарубежными соседями. При таком развитии событий можно прогнозировать, например, срастание Восточной Сибири и Дальнего Востока со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, Западной Сибири — с Китаем, северо-запада России — со странами Скандинавии, центральной и западной части России — со странами Европейского союза, южных регионов — со странами Восточной Европы и частично с Турцией. Со временем такое экономическое объединение, если будет нужно, приобретет и политические формы.

Для того чтобы подобные пессимистичные прогнозы остались только на бумаге, необходимо политическое согласие в стране, осознание ее

гражданами своих долгосрочных экономических интересов и ускорение на этой основе процесса создания новой современной хозяйственной системы. Вероятнее всего, это должна быть экономическая система смешанного типа, основанная на рыночных механизмах и широком участии государства в решении социальных, а на протяжении первого периода — и экономических проблем развития страны.

§ 90. Экономика и экология: проблемы взаимодействия

Решение экономических проблем дается сегодня человечеству так трудно еще и потому, что к ним добавились проблемы экологические. На протяжении XX в. объем мирового производства возрос в 100 раз, что создало невыносимую нагрузку на природу и привело к ее все более быстрой и масштабной деградации.

По оценкам экологов, допустимое потребление первичной продукции биосферы (воздуха, воды, лесов, продукции почв и т. д.) не должно быть больше 1 % — тогда природа оказывается в состоянии компенсировать нанесенный ей ущерб. Но уже сегодня человечество потребляет более 10% того, что создается природой, и она уже не в состоянии восстановиться сама. Когда-то биологи, давая определение человеку, в качестве главного признака выделили определение «сапиенс», что в переводе с латинского означает «разумный». Сегодня — во всяком случае с точки зрения природы — правильнее было бы использовать слово «мусорящий». Ведь человечество сейчас выводит из нормального кругооборота, превращая в незлагающийся мусор, в 2000 раз больше веществ только органического происхождения, чем вся остальная природа.

Поэтому если попытаться сегодня представить схему взаимодействия экономики и природы, то она будет выглядеть так, как это изображено на рис. 25.3.

Нетрудно понять, глядя на этот рисунок, что если поступления отходов деятельности фирм и семей превышают возможности природы по их нейтрализации, то постепенно природа не сможет выполнять и две остальные свои функции: источника ресурсов для хозяйственной деятельности человека и места, где человек может отдохнуть и получить удовольствие от лицезрения природных ландшафтов.

Более того, наращивание масштабов хозяйственной деятельности уже чревато глобальными природными катастрофами. Не углубляясь слишком в тему, отметим лишь две из возможных:

1) *затопление огромных территорий из-за таяния ледового покрова полюсов*. Его может вызвать потепление мирового климата из-за парникового эффекта, порождаемого в свою очередь растущими выбросами углекислого газа из-за все больших масштабов сжигания органического топлива. По данным ученых, с 1850 г. по настоящее время содержание углекислого газа в атмосфере повысилось на 1/4, и это уже вызвало общее потепление на планете. Если таяние ледников не удастся остановить, к 2100 г. средняя температура воздуха на планете повысится на 1,5–5 градусов. В этом случае льды Арктики и Антарктиды растают и уровень океанов и морей поднимется на десятки метров, а все нынешние прибрежные города и территории уйдут под воду, и на огромных территориях прибрежных равнин раскиснут болота;

2) *эпидемический рост числа раковых заболеваний кожи и других болезней из-за расширения «озоновой дыры»*. Увеличение этой дыры в озоновом слое атмосферы Земли, защищающем ее обитателей от жесткого излучения Солнца, вызвано широким промышленным использованием газа фреона — он применяется как хладагент в бытовых и промышленных холодильниках, а также как наполнитель всякого рода аэрозольных баллончиков (с косметическими препаратами, красками и т. д.).

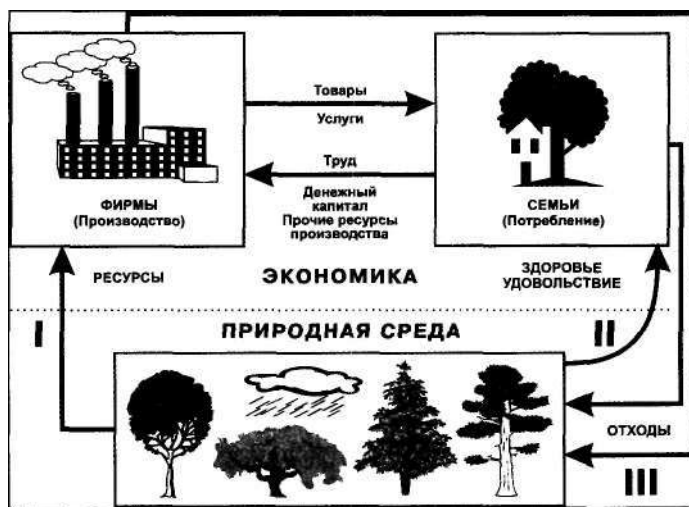


Рис. 25.3. Взаимодействие экономики и природной среды (схема, предложенная М. Коммоном):

I — функция природы как источника производственных ресурсов; II — функция природы как источника услуг для семей, связанных с укреплением здоровья и получением удовольствия от пребывания вне города; III — функция природы как системы очистки отходов, образующихся в результате деятельности фирм и семей

Конечно, человечество осознает возможность такого рода катастроф и, более того, пытается их предотвратить. Например, несколько лет назад было заключено специальное международное соглашение, по которому многие страны обязались постепенно прекратить использование фреона, заменив его менее опасными для атмосферы газами. Уже сегодня на холодильниках и аэрозолях фирм из промышленно развитых стран можно обнаружить надпись CFC FREE, что означает «без фреона». Однако такое изменение технологии требует дополнительных затрат, и потому в менее богатых странах фреон используется по-прежнему.

Растущее значение экологических проблем заставляет экономистов все более тщательно подсчитывать негативные последствия загрязнения окружающей среды. Наиболее обобщенно это можно сделать через оценку влияния загрязнения окружающей среды на темпы экономического роста, т. е. на изменение величины валового национального продукта. Дело в том, что загрязнение окружающей среды влечет за собой дополнительные затраты:

1) на удаление отходов, мешающих нормальной хозяйственной деятельности;

2) на очистку загрязненных природных ресурсов (например, воды и воздуха) до качества, позволяющего использовать их для производственных целей;

3) на лечение людей, заболевших из-за загрязненной среды (сюда же можно добавить потери продукции, которая не была выпущена из-за того, что больные люди не вышли на работу), и т. д.

По оценкам экспертов Мирового банка, масштабы сокращения ВВП отдельных стран из-за загрязнения окружающей среды на их территории можно оценить примерно следующими величинами (табл. 25.1).

Знак «+» применительно к данным по США означает, что такое увеличение ВВП было предотвращено в этой стране благодаря мерам по ужесточению контроля за загрязнением воздуха и воды.

Конечно, для предотвращения загрязнения окружающей среды также необходимы немалые инвестиции. Так, наиболее богатые страны мира начиная с 1970 г. ежегодно тратят на эти цели порядка 0,8—1,5% своего ВВП (что, скажем, для США эквивалентно сумме порядка 34—64 млрд долл.). Менее состоятельным странам такие расходы (пусть даже в существенно меньших масштабах) не по карману, и здесь загрязнение окружающей среды продолжается в ужасающих масштабах.

Крайне остра эта проблема и в России. Мы унаследовали от СССР титул одного из крупнейших в мире «экспортеров углекислого газа». Но это не тот экспорт, которым можно гордиться, — углекислый газ мы

«экс-портируем» в атмосферу Земли (ежегодно Советский Союз выбрасывал в атмосферу почти 8 млн т этого газа) и тем самым вносим немалый вклад в рождение туч с сернистыми дождями, от которых умирают леса по всему миру.

Таблица 25.1

Влияние ущерба, наносимого природной среде,
на величину валового национального продукта страны

Страна	Вид ущерба, наносимого природной среде в данной стране	Год, в котором получены данные	Сокращение ВВП из-за ущерба, нанесенного природной среде, %
Эфиопия	Чрезмерная вырубка лесов, сокращающая ресурсы топлива и урожайность полей	1983	6,0-9,2
Мадагаскар	Эрозия и порча почв	1988	5,0-15,0
Венгрия	Загрязнение природной среды	Конец 1980-х гг.	5,0
Польша	Загрязнение природной среды	1987	4,4—7,7
Голландия	Загрязнение природной среды	1986	0,5-0,8
США	Предотвращение загрязнения воздуха	1981	+0,8-2,1
	Предотвращение загрязнения воды	1985	+0,4

Несмотря на спад промышленного производства, предприятия и автотранспорт России и в 1994 г. выбросили в атмосферу 39 млн т вредных веществ. Самыми вредоносными с этой точки зрения городами нашей страны являются следующие (в скобках показано количество выброшенных за год в атмосферу вредных веществ, тыс. т): Новокузнецк (516), Липецк (391), Череповец (386), Магнитогорск (306), Омск (303), Новочеркасск (256).

Для человека, знающего экономическую географию нашей страны, эта информация звучит как описание размещения крупнейших центров отечественной промышленности, и прежде всего металлургии и химической промышленности. Иными словами, задача восстановления в нашей стране экономического роста и повышения качества жизни (которое включает в себя и степень чистоты окружающей среды) сложна вдвойне. Нам необходимо не просто реконструировать отечественную промышленность, но и провести огромную работу по сокращению вредных выбросов в атмосферу. В определенной степени эти задачи противоречивые, и может показаться, что мы сталкиваемся с необходимостью

тью найти наиболее приемлемый для общества вариант экономической политики на основе той кривой производственных возможностей, что приведена на рис. 25.4 а.

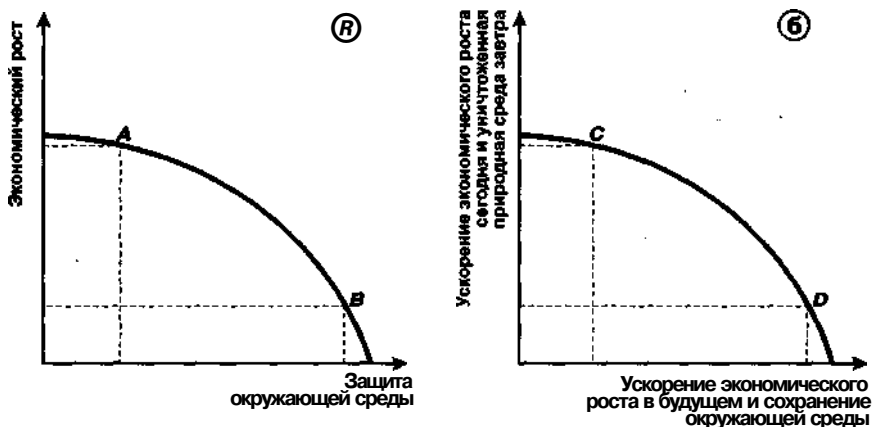


Рис. 25.4. Альтернативы экономической политики для России

Если будет выбран вариант *A* (а именно он сейчас прослеживается в реальной жизни наиболее отчетливо), то мы направим основные ресурсы на ускорение экономического роста, пренебрегая выделением ресурсов на охрану окружающей среды. Тогда мы будем иметь растущие доходы, но жить во все более грязной стране, а потому продолжительность жизни будет и дальше сокращаться. Если в 1959 г. средний ожидаемый срок жизни мужчины в нашей стране составлял 71 год, то сейчас он снизился до 57 лет. Это значит, что подавляющая часть российских мужчин не доживает даже до пенсии.

Если страна выберет вариант развития *B*, то мы будем жить во все более чистой стране, и жить дольше, но уровень жизни будет ниже, поскольку на ускорение экономического роста ресурсов будет выделяться мало.

На самом деле реальная альтернатива формулируется так, как она показана на рис. 25.4 б. Иными словами, мы должны сделать выбор между:

1) ускорением экономического роста, повышением материального благосостояния граждан сегодня, за что придется заплатить невозможностью восстановить природную среду России, и замедлением экономического роста в будущем (вариант *Q*;

2) замедлением экономического роста и повышением материального благосостояния граждан сегодня, при выделении больших ресурсов на восстановление и защиту окружающей среды, что обеспечит ее спасение для следующих поколений и возможность ускорения экономического роста в будущем (вариант /)).

Какую экономическую и экологическую политику Россия выберет в конечном итоге, покажет будущее.

Основные выводы

1. Наряду с проблемами функционирования отдельных рынков ресурсов и товаров, а также национальной экономики в целом, каждой стране приходится тем или иным образом участвовать в решении глобальных экономических проблем. Первая из этих проблем — огромные различия в уровнях жизни между богатейшими и беднейшими странами мира. Рост этого различия сопряжен с невозможностью для беднейших стран увеличивать свой ВВП быстрее, чем растет население. Огромное различие в уровнях жизни порождает как экономические, так и политические последствия и ведет к росту напряженности в мире. Поэтому в XXI в. человечеству придется приложить огромные усилия, чтобы предотвратить глобальную экономическую катастрофу, чреватую гибелью десятков миллионов людей от голода и эпидемий. Предотвратить ее можно только за счет ускорения научно-технического прогресса, совершенствования экономических систем в бедных странах мира и сокращения военных расходов с последующим использованием сэкономленных средств на цели экономического развития.

2. В настоящее время экономические проблемы человечества обостряются тем, что все большую часть ресурсов приходится тратить не на развитие производства, а на спасение окружающей среды. В противном случае ее загрязнение начинает тормозить рост валового национального продукта и эффективность инвестиций в его увеличение падает. Однако позволить себе масштабные программы спасения окружающей среды пока могут только наиболее богатые страны мира. Беднейшим странам это не по карману. В результате человечество оказалось перед необходимостью выбора одного из вариантов экономической политики: либо ускорение экономического роста и повышение материального благосостояния людей при снижении продолжительности и качества их жизни из-за загрязнения окружающей среды; либо улучшение состояния окружающей среды и увеличение продолжительности жизни людей при замедлении темпов роста их материального благосостояния. Именно эта дилемма в XXI в. будет определять экономическую политику многих стран и человечества в целом.

Контрольные вопросы

1. В чем состоит глобальная проблема экономического неравенства?
2. Почему разрядка международной напряженности и разоружение имеют сегодня столь большое экономическое значение?
3. В силу каких причин Россия должна искать ресурсы для своего развития самостоятельно?
4. Почему экономический рост и защита окружающей среды являются и противоречивыми, и дополняющими задачами?
5. Что можно считать для общества ценой загрязнения и разрушения окружающей среды?
6. Один из экспертов ООН заметил как-то, что наибольший ущерб природе Земли причиняют две группы людей: миллиард самых богатых и миллиард самых бедных. Как вы можете объяснить это заявление?

Вопросы для обсуждения

1. Высокий уровень жизни в богатейших странах мира заработан ими самими за долгие века. Правомерно ли требовать от этих стран, чтобы они отдавали часть своих ресурсов (прежде всего, денежных) на помощь беднейшим странам? Какие исторические, экономические, политические доводы можно привести в обоснование резонности этих требований?
2. В силу каких причин кредиты, предоставленные богатейшими странами развивающимся государствам, не принесли существенного улучшения ситуации и стали новым грузом на шее стран-заемщиков?
3. Некоторые экологи утверждают, что современная экономическая наука уже устарела и нужно создать новую — «зеленую» экономику. С каких аксиом могла бы начаться такая новая экономическая наука?

ПРИЛОЖЕНИЕ I

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО РОССИИ НА РУБЕЖЕ XX-XXI вв.

Теперь мы обратимся к анализу советской экономики. Эта тема представляет большой интерес для экономической науки, поскольку Советский Союз послужил лабораторией для проверки теорий функционирования командной экономики.

*Поль Самуэльсон,
лауреат Нобелевской премии
по экономике*

В последние десятилетия XX в. и в начале XXI в. Россия переживает трудные времена, прежде всего в экономике. Многие люди живут в крайней бедности, масса предприятий простаивает или работает с малой загрузкой мощностей. Как же сложилась такая ситуация, почему страна с огромной территорией и большими запасами нефти, газа и других полезных ископаемых, с огромным числом хорошо образованных специалистов попала в долгосрочный экономический кризис?

Для ответа на этот вопрос нам прежде всего надо составить общее представление о состоянии хозяйства страны в конце XX — начале XXI в.

§ 1.1. К какой категории относится экономика России

В основной части учебника были описаны основные типы экономических систем: традиционная, командная, рыночная и смешанная. Но наряду с такой классификацией мировая экономическая наука различает страны и по достигнутому уровню экономического развития, относя их к одной из трех групп:

- *промышленно развитые страны* (в эту группу входят США, Япония, Германия и другие богатейшие державы мира, объединенные в Организацию экономического сотрудничества и развития — ОЭСР). Эти страны завершили индустриализацию, создали мощные экономические механизмы, обладают высокоразвитыми системами образования, здравоохранения, научно-технического обеспечения и т. д. А главное — здесь достигнут высокий уровень благосостояния большей части граждан;

- *новые индустриальные страны* (в эту группу входят прежде всего «азиатские драконы» — Тайвань, Сингапур, Южная Корея). Эти страны за последние десятилетия создали мощную современную промышленность и сформировали высокоразвитые экономические механизмы. Сейчас здесь идет процесс развития образования, здравоохранения, быстро растет прежде низкий уровень благосостояния граждан;
- *развивающиеся страны*, которые еще только проходят этап индустриализации, формируют транспортные сети и систему связи, создают современные экономические механизмы, строят национальные системы образования, здравоохранения и культуры. Граждане этих стран имеют очень низкий уровень жизни: во многих странах Африки до сих пор тысячи людей умирают от голода и эпидемий, распространяющихся на фоне крайней нищеты и отсталости здравоохранения.

Таблица 1.1

Классификация стран мира по типам экономических систем
и уровням экономического развития

Группы стран по уровню экономического развития	Типы экономических систем			
	Традиционная	Командная	Рыночная	Смешанная
Промышленно развитые страны				США, Япония, Германия и другие страны ОЭСР
Новые индустриальные страны				Тайвань, Сингапур, Южная Корея
Развивающиеся страны	Некоторые страны Африки	Куба, Северная Корея	Некоторые страны Латинской Америки, Африки и Азии	Индия, Мексика, Бразилия, Чили, Китай

А где же в этой классификации место России? К какому типу экономических систем, к какой категории стран она относится?

Поиск ответа на эти вопросы вызвал в последние годы острые дискуссии в среде экономистов и политиков, пытающихся определить наилучшие варианты реформирования экономики нашей страны. Действи-

тельно, к категории развивающихся стран Россию отнести нельзя, так как наша страна обладает сегодня:

- мощной, хотя и устаревшей и малоприбыльной, промышленностью;
- огромной, хотя и изношенной, транспортной сетью и обширной, хотя и устаревшей, системой связи;
- высокоразвитой культурой и системой общего образования;
- большим числом научных и технических разработок.

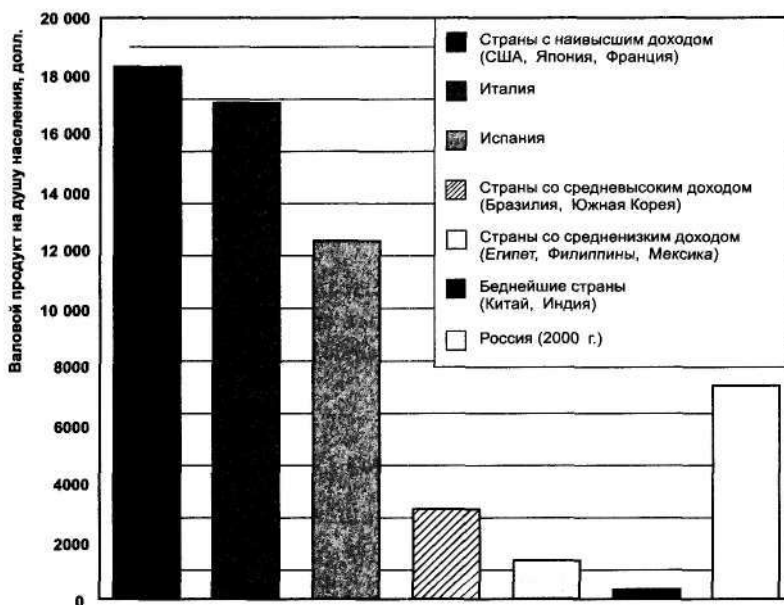


Рис 1.1. Соотношение стран мира по уровню доходов (исходя из величины валового внутреннего продукта на душу населения, долл., 1999 г., поданным ООН, для России — расчет на основе паритета покупательной способности рубля и доллара, т. е. соотношения сумм в рублях и долларах, которые надо потратить на покупку одинакового набора товаров и услуг)

Вместе с тем уровень жизни в России (если оценить его, как принято в мировой практике, по величине **валового годового продукта** в расчете на душу населения) довольно низок (рис. 1.1). Кроме того, многие важнейшие экономические механизмы в нашей стране сейчас либо отсутствуют вообще, либо находятся в зачаточном состоянии. А потому и

в группе экономически развитых стран для России места пока нет. Трудно отнести Россию и к одному из 4 типов экономических систем.

Валовой продукт страны — совокупная рыночная стоимость всех произведенных в стране за год конечных товаров и услуг.

С одной стороны, в России ликвидирована система директивного планирования, а бывшие государственные предприятия в массовом порядке принудительно преобразованы в частные фирмы (приватизированы).

С другой стороны, все отрасли и регионы постоянно чего-то требуют от правительства, и оно вынуждено вмешиваться в решение даже простейших хозяйственных задач (например, подготовка к отопительному сезону).

В конце концов, специалисты сошлись на том, что Россию, равно как и страны Восточной Европы, правильнее всего отнести к совершенно особой категории — постсоциалистическим странам с экономикой переходного типа, поскольку они обладают совершенно уникальным набором признаков и решают задачи, отличные от задач промышленно развитых и развивающихся стран.

Постсоциалистические страны — бывшие государства социалистического лагеря, имеющие развитую промышленность и высокий образовательный уровень населения, но лишь приступившие к созданию целостной экономической системы рыночного или смешанного типа.

§ 1.2. Государство как основа российской экономики

Экономика России устроена совершенно особым образом — в ней до сих пор очень многое начинается и заканчивается государством, и провести грань между государством и национальным хозяйством практически невозможно. Перефразируя слова Владимира Маяковского, можно сказать: «Мы говорим «экономика» — подразумеваем государство, мы говорим «государство» — подразумеваем экономику». Именно поэтому отечественные публикации по любой экономической проблеме содержат призывы к государству либо вмешаться в ее решение, либо, наоборот, прекратить вмешиваться.

Чтобы понять причины такого особого устройства хозяйства страны, нам необходимо обратиться к истории.

Еще очень давно хозяйство нашей страны строилось по совершенно особой модели — модели осажденной крепости.

На протяжении нескольких веков Россия постоянно готовилась к обороне от врагов или сама собиралась завоевывать новые территории

(вспомним взятие Казани Иваном Грозным, походы Ермака, Петра I, войны в Крыму, на Кавказе и в Средней Азии). Это выдвигало перед страной совершенно конкретные экономические задачи:

- 1) создание мощной военной промышленности;
- 2) развитие всех отраслей, обеспечивающих работу военной промышленности;
- 3) достижение экономической независимости, позволяющей существовать даже при враждебных отношениях с окружающими странами.

По сути дела создание того гигантского военно-промышленного комплекса, который был основой экономики СССР, началось еще в XVII в. при Петре I и продолжалось до конца 80-х годов XX в. Особенно отчетливо такая логика экономического развития проявилась после прихода к власти в стране в 1917 г. партии коммунистов (большевиков). Этот поворот российской истории привел к резкому обострению отношений с подавляющим большинством развитых стран мира (недаром именно тогда родился термин «железный занавес», характеризующий курс максимальной изоляции Советской России от сопредельных стран).

Впрочем, и до Октябрьской революции Россия стремилась максимально обособиться от своих соседей. Недаром даже ширина железнодорожной колеи была в нашей стране избрана меньшей, чем в соседних европейских странах (и остается такой по сей день). Предлогом была необходимость максимально затруднить прохождение на территорию страны вражеских эшелонов с войсками и снаряжением. Любопытно, что, скажем, ни Франция, ни Германия, хотя эти страны веками враждовали друг с другом, ничего подобного не сделали. Их правители понимали, что такие изоляционистские меры затруднят взаимную торговлю, а на ее долю приходится все же больше лет, чем на войны.

Руководители СССР, напротив, думали о военных проблемах взаимоотношений с окружающим миром куда больше, чем о необходимости всемерного развития международной торговли. И это наложило решающий отпечаток на развитие экономики нашей страны в XX в. Первым следствием обособления явилась необходимость создания в стране полного набора производств — от швейных иглонок до танков. У нас все должно было быть свое, чтобы никакое прекращение поставок из стран «вражеского окружения» не могло вызвать в стране экономических проблем.

Тем самым СССР практически отказался от использования важнейшего источника роста благосостояния — **международной специализации**, отдав предпочтение созданию гигантского натурального хозяйства в масштабах страны.

Международная специализация — сосредоточение различных стран на изготовлении тех товаров и услуг, в производстве которых они имеют экономическое преимущество перед другими странами.

Решать эту задачу было тем легче, что XX в. стал в России веком *индустриализации*, т. е. периодом создания мощной промышленности, включающей самые разнообразные отрасли. И поскольку индустриализация развивалась почти с нуля (напомним, что за годы гражданской войны подверглось разрушению многое из того, что уже было создано в ходе индустриализации начала века), то вновь рождавшейся промышленности было легко придать любую форму.

Надо помнить, что в этом веке в нашей стране наряду с индустриализацией развивался еще один мощный процесс — *урбанизация*, т. е. ускоренное развитие городов и перемещение в них все большей части населения из деревень.

Если в начале XX в. Россия была в основном страной сельского населения, то сейчас в одних лишь крупнейших городах (с населением свыше миллиона человек) живет 25,6 млн человек, или каждый шестой россиянин.

Реализация стратегии экономического развития, основными элементами которой были:

1) преимущественное развитие военно-промышленного комплекса (на оборонные нужды работало около 80% промышленности и более 80% всех ученых и конструкторов страны);

2) формирование натурального хозяйства в масштабах страны, т. е. создание предприятий для изготовления всех видов товаров;

3) индустриализация в сочетании с урбанизацией;

4) создание максимально крупных предприятий как средства снижения средних затрат на производство;

5) исключение конкуренции как «ненужной» в условиях планово-командной экономики,

привела к тому, что Россия завершила XX в. с совершенно особым устройством своего хозяйства.

Основными чертами этого устройства можно считать:

- *запущенность всех секторов экономики, которые должны удовлетворять нужды граждан* (сельское хозяйство, производство потребительских товаров, служба быта, жилищное строительство, медицина, сфера досуга и т. д.);
- *крайнюю бедность большей части населения* в силу того, что десятилетиями людям платили мизерную зарплату, а все доходы государство вкладывало в армию и оборонные предприятия (например,

в 1928—1937 гг. потребление населения возрастало ежегодно лишь на 0,7%, тогда как вложения в промышленность — на 14,5%);

- *превращение гигантских предприятий в основу не только всей промышленности, но и организации жизни граждан* (недаром же именно в нашей стране широкое распространение получил жутковатый, если в него вдуматься, термин «город-завод»). В СССР доля предприятий с численностью занятых в них свыше 1000 человек в 1987 г. составляла 74%, а в США — лишь 31%;
- *свертывание до минимума участия страны в международном разделении труда* и сужение ее роли в нем до сырьевого придатка экономически развитых стран (так, в 1990 г. в структуре экспорта СССР на долю сырьевых товаров приходилось 62,9%, а на долю машин и оборудования — лишь 17,6%);
- *крайне низкий уровень качества продукции и расточительное использование всех ресурсов*, порожденные отсутствием конкуренции (по уровню производительности труда Россия сейчас находится лишь на 37-м месте в мире и этот показатель на начало XXI в. в 8 раз ниже, чем в США);
- *неразвитость многих важнейших экономических механизмов*, которые сейчас в России приходится создавать практически с нуля (банковская система, система торговли, рынок ценных бумаг и т. д.).

И все это усугублялось ликвидацией частной собственности, повсеместной заменой ее так называемой общенародной собственностью, а проще говоря, собственностью государства.

В итоге родилось уникальное социально-экономическое устройство, советской экономики, доставшееся России по наследству после распада СССР. В этом устройстве государство играло основную роль при решении практически любых задач в жизни как предприятия, так и отдельного гражданина, поскольку государственные чиновники распоряжались всеми типами ресурсов и благ, а все люди работали на единственного работодателя — государство.

Социализм настолько изуродовал всю экономику России и мышление ее граждан, что с его последствиями не смогли поначалу совладать даже государственные планы экономических реформ. Примером служит история либерализации цен в 1992 г.

Концепция этого реформаторского шага была простой и логичной: необходимо отказаться от государственного установления цен на все виды ресурсов и товаров и предоставить право такого установления самим предприятиям-производителям, как это принято в странах с рыночной и смешанной экономическими системами.

Тогда начнется возрождение нормальной экономической логики поведения продавцов и покупателей, станут ясны реальные, а не «плановые» величины спроса и предложения, заработают рыночные механизмы их согласования, и страна выйдет из мира «планового абсурда» в царство «рыночной рациональности».

Конечно, специалисты понимали, что такое освобождение цен приведет к их росту, поскольку страна до этого жила в условиях постоянного дефицита практически всех благ. Действительно, к осени 1991 г. дефицит принял просто ужасающие масштабы — полки магазинов были пусты, и все с ужасом ожидали голода наступающей зимой, а правительство всерьез обсуждало планы заготовки хвои, чтобы готовить из нее лечебные отвары против цинги — спутницы голода.

В данной ситуации цены просто не могли не повыситься, и правительство рассчитывало, что этот рост сильно уменьшит размеры свободных средств предприятий, понизит ценность сбережений граждан и всем в стране придется «крутиться» куда активнее, чтобы восстановить размеры прибылей предприятий и личных доходов граждан. А в итоге вся экономика получит мощный импульс к развитию и выйдет из кризиса.

Возникал, естественно, вопрос: насколько могут повыситься цены после либерализации? Оценки специалистов были различны: оптимисты говорили, что общий уровень цен повысится в 1,5 раза, пессимисты же склонялись к цифре 2. В основе этих оценок лежали расчеты, опиравшиеся на законы денежного обращения, и в частности на тождество Ирвинга Фишера (которое, как было показано выше, связывает уровень цен с величиной денежной массы и скоростью обращения денег).

Поскольку количество денег в стране было точно известно, по данным банковской статистики, можно было определить предельно возможное при этой массе денег повышение иен. Разница же в оценках порождалась расхождением в прогнозах относительно судьбы сбережений граждан и предприятий: все они будут потрачены на покупку товаров и ресурсов по новым ценам или часть все же сохранится?

На самом деле ошиблись и оптимисты, и пессимисты: цены на товары и услуги для населения повысились на протяжении 1992 г. в 26 раз, а на промышленные изделия — в 20 раз. В чем причина столь неудачных прогнозов? Может быть, тождество Ирвинга Фишера несправедливо и связь между уровнем цен и величиной денежной массы носит совсем иной характер?

Нет, Ирвинг Фишер был прав, вот только в условиях России многие экономические закономерности проявляются по-особому, поскольку их искажает влияние чрезмерного огосударствления хозяйства нашей страны.

Что же произошло после того, как цены в России в январе 1992 г. отпустили «на волю»?

Российские предприятия-монополисты немедленно решили разбогатеть, повысив цены на свои издавна дефицитные товары во много раз. Например, предприятия черной металлургии сразу повысили цены в 14 раз! Логика российских директоров была проста: «Мы единственные производители такого рода продукции, потребителям деваться просто некуда, и они будут покупать у нас по любым ценам». В условиях рыночной экономики, основанной на частной собственности, такая логика привела бы лидеров «ценовой гонки» к немедленному краху: покупатели просто не смогли бы приобрести столь вздорожавшие товары, и незадачливые «ценоповышатели» сразу бы обанкротились.

В России такого не случилось. Причин было несколько.

Во-первых, наши предприятия начали выпускать свои деньги. Нет, конечно, они не стали создавать подпольные мастерские по изготовлению фальшивых банкнот или с помощью компьютерных мошенников фальсифицировать данные о своих банковских счетах. Все было куда проще, прозаичнее и результативнее. Российские предприятия придумали псевдоденьги под названием «неплатежи»: они просто перестали платить друг другу за приобретаемую продукцию, получив в итоге огромные долги.

Но разве неплатежи можно назвать деньгами? На первый взгляд нельзя. Но если присмотреться повнимательнее, то картина станет выглядеть совсем по-иному.

Выше мы выяснили, что первейшая функция денег — средство обмена, так как люди меняют товары на деньги, а деньги на товары. И если российские предприятия продолжали посылать своим должникам товары, получая в результате только рост суммы неплатежей, то, значит, они признали неплатежи деньгами!

По состоянию на ноябрь 2000 г. почти 70 тыс. предприятий имели неплатежи (т. е. просроченную — по сравнению с договорными сроками платежа — задолженность), а общая сумма таких неплатежей составила 34,6% по отношению к валовому внутреннему продукту всей страны (против 19,5% в 1994 г.).

Во-вторых, такое устройство российского «рынка» стало возможным потому, что директора российских предприятий уже в 1992 г. сообразили: если долги есть у отдельных предприятий, и долги небольшие, то это вина самого предприятия. Но если долги есть у всех, и огромные, то это проблема государства. И пусть государство само ее и решает!

Подобная экономическая логика оказалась возможной потому, что в 1992 г. все предприятия в стране были государственными и потому ни-

какое банкротство им не угрожало. Ведь банкротство — это разорение собственника фирмы, а как государство-собственник могло объявить о банкротстве ему же принадлежащего предприятия?

И потому государство было вынуждено отступить под давлением директоров предприятий и провести так называемый «взаимозачет неплатежей». В его основе лежал следующий принцип: если предприятие А должно предприятию Б 100 млн руб., а предприятие Б предприятию А — 120 млн руб., то пусть эти долги взаимопогасятся. И тогда в итоге у предприятия А долгов вообще не останется, а предприятие Б будет должно предприятию А только 20 млн руб.

На первый взгляд вполне разумное решение. Но поскольку в основе кризиса неплатежей лежали непомерно вздутые государственными предприятиями-монополистами цены, то взаимозачет неплатежей оказался актом признания этих цен. И страна получила тот мощнейший толчок к инфляции затрат, который ей пришлось мучительно гасить на протяжении 1992—1995 гг. Так родилась та инфляция, в огне которой сбережения населения погибли уже не частично, а полностью (их покупательная способность стала практически нулевой), а спрос обнищавшего населения упал до минимума, надолго лишив отечественные предприятия рынка сбыта.

Тогда стало ясно: пока Россия не сумеет найти способ поменять экономические модели поведения своих предприятий, не отделит их от государства и его бюджета, никакие рыночные преобразования в стране успеха иметь не будут.

§ 1.3. Особенности российских предприятий и их приватизация

Таким образом, к концу 1992 г. на первый план выдвинулась задача проведения в России **приватизации** государственной собственности.

Приватизация — передача бывших государственных предприятий на определенных условиях новым частным собственникам в лице граждан и негосударственных организаций.

Разработчики программы приватизации считали, что они нашли выход из сложившейся ситуации. Этот выход виделся им в быстрейшем решении двух задач:

- 1) преобразовании государственных предприятий в частные;
- 2) практической реализации процедуры признания **несостоятельности (банкротами)** предприятий с безнадежно большими долгами. Такое

развитие событий давало бы возможность в крайнем случае просто ликвидировать безнадежно устаревшие и неспособные к прибыльной работе предприятия.

Несостоятельность (банкротство) предприятия — неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг) в связи с превышением денежной суммы обязательств должника над стоимостью его имущества.

Российская приватизация развивалась невиданно высокими темпами: только за 1993—1994 г. государство передало новым собственникам более 64 тыс. предприятий (а всего за 1992—2000 г. было приватизировано более 135 тыс. предприятий). В итоге уже в 1994 г. на долю частного сектора экономики пришлось 1/4 валового внутреннего продукта, произведенного страной за год. А поскольку первый этап приватизации предполагал продажу предприятий в обмен на **приватизационные чеки (ваучеры)**, розданные всем гражданам, то миллионы россиян к тому же внезапно стали совладельцами множества предприятий страны.

Приватизационный чек (ваучер) — государственная ценная бумага, бесплатно выдававшаяся всем гражданам России в 1992—1993 г. в подтверждение права стать совладельцем имущества выбранного ими государственного предприятия.

Затем был принят целый ряд документов, определявших процедуру **банкротства** тех приватизированных предприятий, которые не улучшат своей работы и после перехода к новым владельцам. Стало казаться, что оздоровление ситуации в отечественной экономике уже не за горами.

К сожалению, эти надежды начали осуществляться очень медленно, и сдвиг в ситуации стал заметен в самом конце XX в. — после девальвации рубля в 1998 г. Лишь в результате девальвации отечественные предприятия смогли потеснить на внутреннем рынке иностранных производителей, цены на товары которых после девальвации оказались намного выше, чем на товары российского производства. И тем не менее неплатежи и плохое управление предприятиями сохранились в экономике России и в начале XXI в.

Почему же и приватизация не смогла принципиально изменить манеру хозяйствования российских предприятий? Вот что писала по этому поводу в 1995 г. одна из ведущих экономических газет мира — английская «Файнэншл Тайме»: *«Опыт Польши, Венгрии, Чехии и России показывает, что приватизация — вовсе не панацея».*

Из этих четырех стран Россия имела самую масштабную программу приватизации. Однако отсутствие жесткой финансовой политики по отношению к неэффективным предприятиям, недостаточная экономичес-

кая либерализация, которая не позволила успешно развиваться конкурентоспособному частному сектору, и недобор в реформаторском экономическом законодательстве привели к тому, что настоящей трансформации экономики не произошло.

В результате неэффективные, хотя номинально приватизированные, предприятия продолжают подпитываться от бюджета, а связи в «верхах», позволяющие рассчитывать на субсидии и кредиты, по-прежнему играют более важную роль в жизни российских предприятий, чем грамотное ведение хозяйства.

В Венгрии и Польше, напротив, до сих пор не осуществлены программы массовой приватизации. Но жесткая финансовая политика и последовательная либерализация не только заставили большинство госпредприятий играть по рыночным правилам, но и породили настоящий частный сектор, довольно мощный и конкурентоспособный, который играет в экономике этих стран более весомую роль, чем в «приватизированной» России».

Оценка английских экспертов справедлива, но неполна. Низкая результативность российской приватизации имела и объективные причины. Одной из важнейших было то, что отечественные предприятия просто не могли быстро превратиться из «звеньев единого народно-хозяйственного комплекса» (как их называли при социализме) в частные фирмы, живущие по строгим законам рыночной экономики.

Отечественные предприятия походили на зарубежные производственные фирмы лишь в том, что осуществляли сходные технологические операции при выпуске аналогичной продукции. Во всем остальном это были совершенно отличные образования.

Дело в том, что в рамках описанной выше стратегии экономического развития страны отечественным предприятиям на протяжении последних 70 лет отводилось выполнение нескольких социально-экономических функций:

1) обеспечение возможности существования страны независимо от мировых рынков;

2) создание материальной базы для поддержания технического уровня и масштабов военной системы общества;

3) гарантирование занятости и социально-бытовых условий жизни населения (мы уже познакомились с тем, как российские предприятия нанимали избыточное число работников, чтобы избежать безработицы);

4) формирование территориально-производственной структуры страны с учетом политических и мобилизационных факторов (для этого крупные предприятия строились преимущественно на Урале и в Сибири, чтобы они могли уцелеть и в случае захвата западной части страны);

5) содействие унификации национальной структуры населения в различных республиках СССР (с этой целью, например, в республиках Средней Азии строили машиностроительные предприятия, на которых работало привезенное из других районов страны русскоязычное население);

6) участие в политическом воспитании населения и решении задач международной политики (так называемое экономическое сотрудничество с развивающимися и социалистическими странами);

7) пополнение государственного бюджета за счет прибыли и налога с оборота.

Вряд ли кто станет утверждать, что в этот список входили когда-нибудь такие стандартные для любой коммерческой фирмы в рыночной экономике задачи, как:

1) поиск рыночной ниши;

2) постоянное повышение эффективности производства и снижение затрат;

3) рационализация организационной структуры для активизации коммерческой деятельности отдельных подразделений;

4) выбор эффективной модели рекламной деятельности;

5) поиск наиболее выгодных поставщиков;

6) совершенствование методов проведения финансовой политики и т. д.

Об этом красноречиво свидетельствует то, что в России легче было провести либерализацию цен и внешней торговли, чем снизить для предприятий мобилизационные нормы. Такие нормы диктовали предприятиям, что они должны делать, чтобы быть постоянно готовыми к началу войны. Эти нормы задавали размеры запасов материалов на складах предприятий, число резервных единиц оборудования и даже высоту потолков в цехах авиационных заводов (чтобы в них можно было во время войны закатить боевые самолеты, киль у которых выше, чем у гражданских лайнеров). Добиться снижения таких норм предприятиям удалось только спустя несколько лет после начала радикальных реформ и лишь после резкого сокращения бюджетных заказов и возникновения тяжелейших проблем с выживанием предприятий всех отраслей.

Еще труднее, чем проблема снижения мобилизационных норм, решалась в России задача освобождения предприятий от объектов социально-бытового назначения: жилых домов, детских садов, подсобного сельского хозяйства, дворцов культуры и т. п.

Дело в том, что в нашей стране трудно найти предприятие, которое раньше было бы свободно от затрат на содержание таких объектов. Существовали предприятия, которые оплачивали из своих средств даже

работу трамвайных линий, проложенных от их проходной в микрорайоны, где в домах, выстроенных этими предприятиями, жили их работники. В городах-заводах, равно как в так называемых закрытых городах (там, где находились секретные военные заводы или научные центры), положение было еще хуже: там предприятие содержало практически весь населенный пункт.

Поэтому банкротство предприятия в России не просто становится коммерческой неудачей его владельцев, но ставит под угрозу дальнейшее существование целых городов и регионов. Следовательно, чтобы обращаться с российскими предприятиями как с обычными частными фирмами, надо было сначала их полностью освободить от тех общегосударственных задач, которые были возложены на них еще при советской власти. Проще говоря, надо было освободить предприятия от необходимости тратить деньги на содержание жилых домов, пансионатов, ведомственных поликлиник и больниц и т. д. Сделать это оказалось очень непросто: ведь тогда все указанные расходы должны были принять на себя местные органы власти, а у них на это просто нет денег.

Из-за этого до сих пор не работает как следует механизм банкротства, а экономические результаты приватизации оказались куда меньше, чем ожидалось. Но если Россия сохранит взятый курс, то постепенно ситуация начнет улучшаться. Подтверждением этому служит, например, опыт приватизации предприятий бывшей Германской Демократической Республики после ее вхождения в состав Федеративной Республики Германии. И здесь процесс приватизации поначалу шел непросто и вместо доходов принес одни убытки. Но богатая Германия смогла найти деньги на то, чтобы освободить предприятия от содержания объектов социально-бытового назначения и дать им возможность работать как настоящим коммерческим организациям. Сейчас темпы экономического роста в восточных землях ФРГ (так теперь именуют территорию бывшей ГДР) уже выше, чем в «старых» — западных — землях.

§ 1.4. Промышленность России: незавершенная цепь реформ

Исследование структуры отечественной экономики надо начинать с промышленности. Ведь именно эта отрасль производила 75% валового внутреннего продукта СССР, что являлось самым высоким показателем во всем мире. Вот только гордиться такой гипериндустриализацией страны довольно трудно: она куплена слишком дорогой ценой, в том числе слабым развитием отраслей, обслуживающих непосредственно человека.

Поэтому уже первые шаги по формированию в России новой, рыночной экономической системы сразу привели к резкому изменению структуры экономики. В 2000 г. она выглядела так, как показано на рис. 1.2.

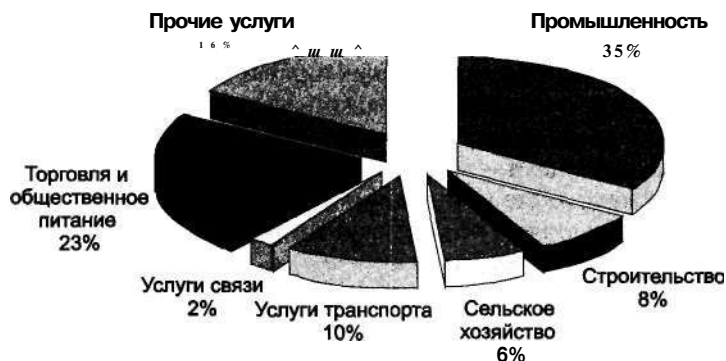


Рис. 1.2. Структура экономики России в 2000 г. (доля различных отраслей в общем объеме производства)

Развитие российской промышленности отчетливо прослеживается с XVII в. При этом поначалу у нее было две проблемы: недостаток металла в стране и отсутствие мощных собственных корней. Первая из них оказалась временной, а вторая сохранилась на века.

Российские мастеровые умели добывать руды, но плохо знали, как из них производить чистый металл. А без него страна обойтись не могла: ни деньги отчеканить, ни хорошее оружие изготовить. Так, в письме венгерскому королю Великий князь Иван III писал: «У нас есть золото и серебро, но мы не умеем чистить руды. Услуги нам, и тебе услужим всем, что находится в нашем государстве».

Недостаток умений Россия без труда компенсировала привлечением мастеров из-за рубежа. Например, еще в 1632 г. голландец Андрей Виниус получил от царя разрешение на выделку железа близ Тулы, за что обязался поставлять государству по «удешевленным» ценам пушки, ядра, ружейные стволы и «всякое железо». Особенно активно занимался ввозом иностранных технических специалистов Петр I, построивший с их помощью немало военных предприятий. Хуже обстояло дело с отсутствием собственных корней для развития промышленности. Речь идет о том, что в Европе современная промышленность родилась на основе мелких домашних производств, ее «детство» прошло в стенах мастерских ремесленников.

Веками копился опыт производственной деятельности, формировались традиции предпринимательской инициативы, собирався денежный и производственный капитал. Все это и стало основой промышленных революций в странах Западной Европы, когда ко всем этим факторам добавился еще и технический прогресс.

В силу иного исторического пути развития у нашей страны ничего этого не было. И когда в европейских странах уже существовала развитая промышленность, в России только начало складываться ремесленное производство. А значит, предстояло еще очень долго ждать, пока — по европейской модели — из мелких мастерских разовьются большие фабрики. Но ждать было невозможно: российская армия требовала собственного вооружения, и не уступающего вооружению армий европейских стран-противников.

Правители России нашли свой способ решения этой проблемы: основой промышленности предстояло стать не традициям развития ремесла, а воле и помощи государя. Любезным царю заводчикам давали бесплатную рабочую силу («государевых людишек»), закрепляя за каждым заводом сколько нужно крепостных душ, лишь бы заводчик исправно поставлял государевым полкам качественное оружие и снаряжение.

Из этой политики произросли три беды, три болезни российской промышленности, мучающие ее по сей день. Почти вся наша промышленность, может быть, кроме пищевой и экспортно-ориентированных сырьевых фирм, до сих пор:

1) ориентирована преимущественно на нужды государства, и в особенности на его военные нужды;

2) живет и развивается, все время требуя поддержки государства;

3) постоянно пытается догнать производителей из развитых стран мира, перенимая у них опыт и потому постоянно отставая вновь. Ведь пока мы осваиваем сегодняшний день мировой промышленности, он становится для нее самой днем вчерашним — она переходит уже на более высокий уровень развития.

Надо сказать, что пороки такого пути развития промышленности начали ощущаться в России практически сразу.

Дело в том, что отечественные фабрики производили товары низкого качества, но по очень высоким ценам. Продавать их удавалось лишь потому, что государство практически перекрывало дорогу на внутренний рынок импортным товарам. В архивах XVII—XVIII вв. можно найти немало просительных писем в правительство российских купцов. Они жаловались на отечественных производителей, товары которых «против заморского ничто добротою будут и весьма плоше», и умоляли разрешить свободную торговлю товарами зарубежных производителей.

Но государевы чиновники реагировали на такие обращения по-своему: проведением проверок российских предприятий с целью наказания виновных в плохом качестве и высоких ценах. При каждой такой проверке обнаруживалось немало интересного. Так, правительственное освидетельствование фабрик, проведенное в 30-х годах XVIII в., показало:

1) многие фабрики и заводы — подложные, т. е. существуют лишь на бумаге (вот когда родилась практика обогащения за счет «мертвых душ», описанная много позднее Гоголем);

2) все льготы и привилегии, полученные владельцами этих предприятий от государства, используются не во благо страны, а лишь «в свой карман».

Результаты проверки были доложены государю, и, казалось бы, следовало ждать коренного изменения подходов к организации российской промышленности. Но нет: царский указ от 1744 г. лишь повелевает за низкое качество товаров и отсутствие усердия в развитии производства «многих владельцев фабрик из фабрикантов исключить».

Такими методами, конечно, беды отечественной промышленности излечить было нельзя. И выживать ей удавалось лишь потому, что государство не только поддерживало плохо работавшие предприятия всяческими льготами, но и закупало у них большую часть продукции, так как продукция эта была в основном военной.

За такую политику Россия платила очень дорогую цену. Все большая часть ресурсов государства направлялась не на развитие страны в целом, а на содержание армии и флота. Так, за годы правления Петра I доля военных расходов в государственном бюджете возросла с 50 до 65%.

Самое печальное, что подобная модель промышленного развития исподволь разрушала остальные сектора экономики, и прежде всего сельское хозяйство. Инструментом такого разрушения служили налоги.

Для финансирования постоянно растущих военно-промышленных расходов государство резко повышало налоги (некоторые из них за время царствования Петра I возросли почти в 5 раз). Между тем с крестьян налоги брались не в индивидуальном порядке, а с общины в целом и по принципу круговой поруки.

На практике это означало, что самые работающие и зажиточные члены общины должны были платить несоразмерно много, перекрывая недобор налогов с ленивых или пьющих соседей (напомним, что модель налогообложения по принципу круговой поруки была отменена в нашей стране только в 1903 г. ценой огромных усилий графа С. Ю. Витте).

В этих условиях стараться и работать лучше не было никакого смысла, и развитие российского сельского хозяйства лишилось главного двигателя — личной инициативы и заинтересованности.

Так сформировался порочный круг, в котором и сегодня вращается российская экономика, решая проблемы своей индустриализации (рис. 1.3).

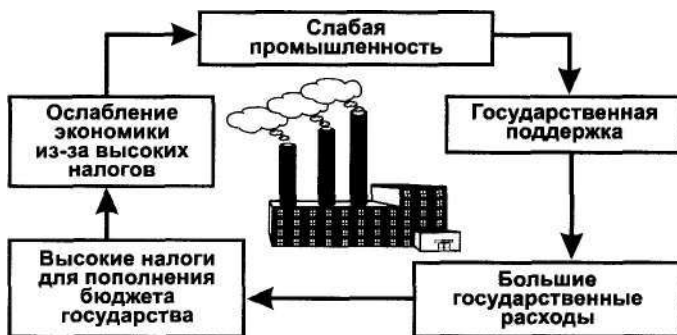


Рис. 1.3. Причины экономических трудностей в развитии российской промышленности

Надежды на изменение ситуации возникли лишь в течение короткого периода — с середины 80-х годов XIX в. и до начала Первой мировой войны (1914 г.). В этот период Россия переживала бурный промышленный подъем (по темпам роста промышленного производства в 1880—1900 гг. наша страна обгоняла и США, и Германию). Этот скачок в развитии промышленности был обусловлен совпадением по времени трех процессов:

1) вложения государственных средств в развитие сети железных дорог и в создание мощных предприятий тяжелой и военной промышленности (именно тогда, при Александре III, были заложены основы нынешнего гигантского военно-промышленного комплекса Санкт-Петербурга);

2) возрастания интереса иностранных инвесторов к созданию предприятий на российской территории благодаря укреплению рубля разумной финансовой политикой И.А. Вышнеградского и С.Ю. Витте. В итоге к 1913 г. уже каждое третье предприятие страны имело иностранных инвесторов, а в промышленности возникли совершенно новые отрасли — автомобильная, тракторная, авиастроительная и т. д.;

3) появления наконец в стране предприятий, которые выросли из ремесленных производств по обычной для европейских стран модели — без поддержки государства. Эти предприятия имели собственные крепкие исторические корни. Они располагались преимущественно в центральной части страны и были созданы в основном в легкой про-

мышленности (современники называли такие фирмы «ситцевым капитализмом»).

В итоге промышленного бума конца XIX — начала XX вв. Россия к 1913 г. вышла на 4—5-е место в мире по производству важнейших видов промышленной продукции, обеспечивая себя почти всеми видами машин и оборудования (рис. 1.4).

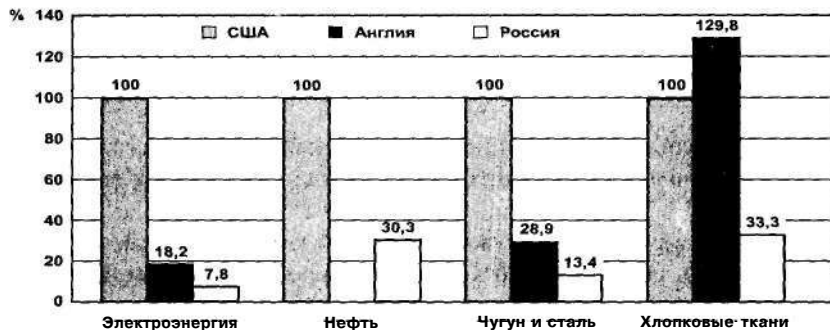


Рис. 1.4. Объемы производства в России в 1913 г. важнейших видов промышленной продукции в сопоставлении с США и Англией (в %, США — 100 %)

Правда, по уровню благосостояния (оцененного исходя из величины валового внутреннего продукта на душу населения) Россия уступала США в 3,88, а Англии — в 3,15 раза. При этом благосостояние граждан (оцененное на основе величины национального дохода на душу населения) росло медленнее, чем в соседних европейских странах (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Рост национального дохода в расчете на душу населения за период 1894—1913 гг. (в %, по расчетам С. Прокоповича)

Лишь к 1913 г. по уровню доходов граждан Россия догнала такие европейские страны «второго эшелона благосостояния», как Испания и Италия (сегодня о таком и мечтать трудно — посмотрите еще раз на рис. 1.1).

Этот период расцвета российской промышленности был прерван Первой мировой войной, а затем революциями и Гражданской войной. После их окончания все пришлось начинать сначала.

Новая индустриализация началась с 1928 г. И хотя она осуществлялась в социалистической стране, ее модель была полностью позаимствована у Петра I:

- 1) преимущественное развитие тяжелой, особенно оборонной, промышленности;
- 2) финансирование индустриализации исключительно за счет государства, которое для этого обирает всех граждан страны, обрекая их на бедность;
- 3) внеэкономическое принуждение людей к труду в промышленности (с той лишь разницей, что крепостных крестьян заменили миллионы заключенных концентрационных лагерей).

Итогом такой политики, стоившей россиянам чрезмерно дорого, стало создание мощной промышленности, которая позволила стране выстоять в годы Второй мировой войны.

Но этот импульс развития, обеспечивавшийся системой террора и одурманивающей пропаганды, иссяк после смерти Сталина, а на смену ему ничего не пришло. На серьезные реформы руководство страны идти не хотело.

Российская промышленность сначала понемногу, а потом все сильнее стала замедлять темпы своего развития, а затем и просто разрушаться. В середине 1970-х гг. страна попала в полосу индустриального кризиса и начала все больше отставать от промышленно развитых стран с экономикой смешанного типа.

Дело в том, что эти страны уже вступили в эпоху научно-технической революции, чего Россия сделать одновременно с ними не смогла. Гигантские отечественные предприятия тяжелой промышленности были не в состоянии и не хотели поспевать за темпами научно-технического прогресса за рубежом. Им это и не было нужно — они все равно оставались монополистами, и проблема затоваривания им не угрожала. Это сказалось даже на терминологии. Стало привычным говорить не об «освоении», а о «внедрении» достижений науки и техники в производство. А ведь слово «внедрение» по своему значению уже предполагает наличие некоей сопротивляющейся среды, в которую что-то надо «внедрить».

Такой сопротивляющейся техническому прогрессу средой и стали российские предприятия. В итоге даже тогда, когда отечественные ученые и конструкторы создавали новинки мирового уровня, они распространялись в нашей промышленности крайне медленно.

Характерным примером является технологический процесс непрерывной разливки стали, революционизировавший производство в черной металлургии. Хотя эта технология была изобретена в СССР еще в 1950-е гг., но и в 1990 г. на ее долю приходилось лишь 23% производства стали в стране. Остальное производство было основано на давно устаревших и куда более энергоемких технологиях. Между тем в Японии, фирмы которой купили у нас право (лицензию) на использование этой технологии, сейчас практически вся сталь получается методом непрерывной разливки.

Промышленность, выпускающая товары для населения, всегда сидела «на голодном пайке» государственной поддержки, и технический прогресс здесь развивался особенно медленно.

Например, десятилетиями лучшим холодильником страны был «ЗИЛ», и купить его можно было либо только «по благу», либо на основе талона, выдававшегося местными комитетами профсоюзов работникам с наибольшим трудовым стажем или отличившимся по работе. При этом конструкция этого супердефицитного изделия практически не улучшалась и даже в конце 80-х годов воспроизводила в основном устройство того американского холодильника, который некогда в конце 40-х годов привез из Нью-Йорка один из руководителей СССР.

В итоге страна все больше зависела от импорта как новой промышленной техники, так и товаров для населения. К 1985 г. доля импорта в стоимости оборудования для новых предприятий достигла почти 37%, а в стоимости товаров, поступавших в продажу для населения, — 15%. Оплачивался весь этот импорт только за счет продажи за границу нефти, газа, леса и других сырьевых ресурсов, но никак не готовой продукции.

К середине 80-х годов кризис достиг такой остроты, что вызвал политические перемены в стране — началась «перестройка», первым лозунгом которой было «ускорение экономического роста на базе обновления отечественного машиностроения». Но болезнь отечественной промышленности была уже слишком запущенна, а прописанные рецепты — неверны. Поэтому с конца 80-х годов глубина разрушения отечественного производственного сектора все возрастала и повлекла за собой общий экономический кризис в стране (табл. 1.2).

Таблица 1.2

**Годовые темпы изменения важнейших экономических показателей СССР
в 1988-1991 гг. («+» — прирост, «-» — сокращение)**

(в%)

Показатель	1988 г.	1989 г.	1990 г.	1991 г.
Валовой внутренний продукт: — по данным официальной статистики	+5,5	+3,0	-2,0	-13
— скорректированный на скрытый рост цен и без учета доходов от внешней торговли и продажи алкоголя	+2,2	+ 1,3	+3,4	-10
Инвестиции в производственный сектор экономики	+3,4	+ 1,5	-5,3	-23
Личное потребление граждан	+0,9	-0,6	-2,2	-8
Инфляция (включая скрытый рост цен, проявляющийся в виде обострения дефицита товаров)	+ 128	+11	+ 14	+17

Даже попытка радикального реформирования, предпринятая в стране начиная с 1992 г., не смогла принципиально изменить траекторию развития нашей промышленности: она продолжала разрушаться до 1999—2000 гг. (рис. 1.6). И лишь дефолт 1998 г. и вызванная им девальвация рубля помогли отечественной промышленности немного подняться и начать отвоевывать рынки у импортных товаров.

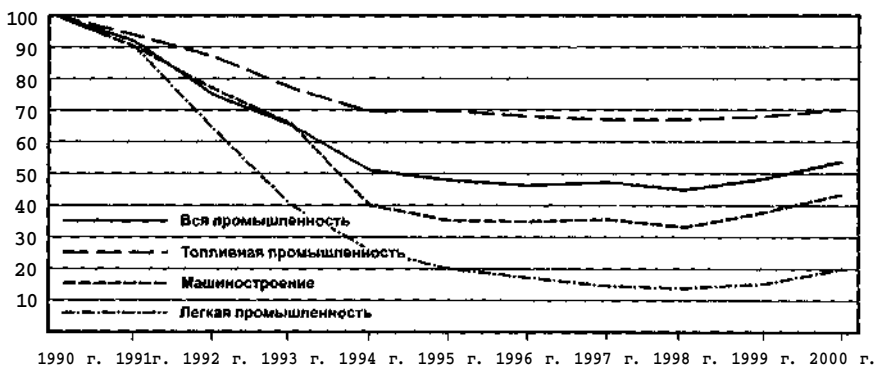


Рис. 1.6. Сокращение объемов производства в промышленности России
в 1990—2000 гг (1990 г. = 100 %)

Ближе всего к грани полного исчезновения подошла легкая промышленность России — наследница «ситцевого капитализма». Объемы ее производства (в натуральном измерении) упали к концу XX в. в 5 раз по сравнению с 1990 г. Немногим лучше положение дел в отечественном машиностроении — к началу 1998 г. оно выпускало лишь 1/3 от объема 1990 г., а начало подниматься лишь в 1999 г. Наименьший спад произошел в топливной промышленности, которая работает на экспорт.

Главная трудность состоит, однако, в том, что стране надо не просто остановить спад производства в промышленности. Всю эту отрасль экономики надо принципиально реформировать, а иначе она не обогащает, а разоряет страну.

К такому выводу приводит знакомство с расчетами, проведенными специалистами известного британского делового журнала Economist. Их результаты показывают, что если бы весь объем добываемых в России нефти, природного газа, металлов, круглого леса и других сырьевых ресурсов направлялся для продажи на мировых рынках, то выручка от таких продаж была бы в 2 раза больше, чем нынешняя стоимость валового продукта страны, когда значительная часть этих ресурсов перерабатывается отечественной промышленностью.

Иными словами, получается, что деятельность российской перерабатывающей промышленности не повышает рыночную ценность природных ресурсов при превращении в товары, а снижает. Поэтому случается, что отечественные позолоченные часы на мировом рынке удастся продать лишь в том случае, если цена их меньше, чем можно было бы получить от продажи золота, использованного на позолоту. А цена станка оказывается меньше выручки, которую принесла бы продажа черных и цветных металлов, из которых он изготовлен.

В итоге сложилась экономически абсолютно ненормальная ситуация — граждане России жили бы куда богаче, если бы по-настоящему трудились работники только добывающих отраслей, транспортники, доставляющие добытое сырье на мировые рынки, и специалисты внешней торговли, организующие его продажу. А работники всех остальных отраслей промышленности, прекратив растрачивать природные ресурсы, навешали бы свои предприятия только для получения незаработанной заработной платы.

Ликвидация этого абсурда требует обновления капитала отечественных предприятий и использования новых методов организации производства и сбыта товаров. Именно эти труднейшие задачи и предстоит решать российской промышленности в ближайшие годы.

Не так страшно, если при этом на фоне общего роста экономики придется даже ликвидировать часть нежизнеспособных предприятий. Тогда людей, оставшихся без работы, возьмут к себе отрасли, идущие на подъем (например, в последние годы симптомы такого подъема проявились в черной металлургии и пищевой промышленности нашей страны).

И в России будет другая структура промышленности, но наша страна останется индустриальной державой.

Но если большинство промышленных предприятий не сумеют добиться конкурентоспособности своей продукции, а их менеджеры не научатся управлять бизнесом так, чтобы он приносил прибыль, то в XXI в. Россия может превратиться в полуаграрную, полусырьевую страну, которой предстоит вновь осуществлять индустриализацию. Если, конечно, на это хватит сил и денежных средств (по некоторым оценкам, для решения такой задачи нашей стране нужно тратить на обновление предприятий порядка 70 млрд долл., а получаем мы от иностранных финансовых фирм пока только порядка 4 млрд долл., да еще примерно 35 млрд долл. вкладывают сами российские фирмы — итого примерно 39 млрд долл., или почти в 2 раза меньше требуемого).

Чем же был вызван страшный кризис российской промышленности в первой половине 90-х годов и можно ли было его предотвратить или хотя бы ослабить?

У этого кризиса было несколько главных причин:

1) исчезновение громадных и привычных рынков сбыта отечественной промышленной продукции. Это произошло из-за распада сначала Совета Экономической Взаимопомощи, а затем и СССР. В итоге торговать стало куда сложнее, а часто (особенно со странами СНГ) и просто невозможно. Поэтому предприятия столкнулись с жесточайшим затовариванием и соответственно с резким падением величины прибыли и возможностей для сохранения хотя бы прежних объемов выпуска;

2) резкое сокращение государственных закупок продукции. Например, в конце 80-х годов государство закупало у КамАЗа для нужд армии порядка 40 тыс. грузовиков, а в 1995 г. закупки на те же цели составили лишь 440 грузовиков (в итоге даже в 2000 г. мощности этого гигантского предприятия были загружены лишь на 30%). Такое сокращение было вызвано как уменьшением государственных потребностей (выяснилось, что России не нужна больше столь громадная армия), так и недостатком денег в бюджете;

3) возникновение в стране высокой инфляции. Она так быстро обесценивала выручку предприятий, что ее уже не хватало на закупку ресурсов для выпуска новых партий продукции. Кроме того, из-за инфляции резко подорожали кредиты банков, и предприятия лишились возможности одалживать деньги. Наконец, из-за инфляции произошло падение реальных доходов населения, и спрос на рынках потребительских товаров сократился.

Можно ли было избежать столь негативного влияния этих причин на отечественную промышленность?

Окончательный ответ на этот вопрос смогут в будущем дать историки, которые посмотрят на наше бурное время спокойным взглядом ученого, а не современника — участника событий и споров. Сегодня можно сказать только одно: полностью предотвратить кризис было нельзя, но сократить его масштабы — вполне возможно.

Однако такое сокращение требует большего понимания сути процессов в переходной российской экономике. Поиск путей выхода из кризиса — задача, которую страна продолжает мучительно решать и сегодня.

Не исключено, что процесс этот затянется на многие годы или даже десятилетия.

§ 1.5. Сельское хозяйство России: вопросы без ответов

Трудно найти в экономике России отрасль, вызывающую большую озабоченность специалистов, чем сельское хозяйство.

Если взглянуть на его историю с позиций экономической науки, то мы обнаружим сочетание двух давних проблем:

- 1) преобразования форм собственности на землю;
- 2) поиска наиболее пригодных для России форм организации аграрного производства.

О первой из этих проблем мы подробно будем говорить дальше, когда начнем изучать особенности функционирования рынка земли. Поэтому остановимся сейчас на проблеме рациональной организации сельскохозяйственного производства.

В XIX и в начале XX вв. Россия была преимущественно сельскохозяйственной страной, хотя доля сельского хозяйства в валовом продукте страны постепенно снижалась (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Изменение отраслевой структуры валового продукта России на переломе XIX—XX вв.

Так, в период 1861 — 1912 гг. в нашей стране производилось больше зерна, чем в любом другом государстве мира. Лишь в 1913 г. Россия уступила лидерство по этому показателю США. Правда, если пересчитать эти объемы на душу населения, то картина получалась менее радостной: в расчете на одного россиянина зерна производилось куда меньше, чем в США и Германии, и равняться по этому показателю Россия могла лишь с Францией и Австро-Венгрией.

Особенно благоприятным периодом для сельского хозяйства России явилось начало XX в., когда под руководством П.А. Столыпина в стране началась аграрная реформа. Запас прочности, накопленный тогда, оказался столь велик, что позволил России пережить и Первую мировую войну, и революции, и войну гражданскую.

Лишь принудительная коллективизация с целью создания колхозов и совхозов «как оплотов социализма в деревне» разрушила этот потенциал.

Начав в 70-х годах крупные закупки зерна в США и Канаде, наша страна из экспортера зерна превратилась в его импортера. Кроме зерна, нам пришлось закупать сахар-сырец, сливочное и растительное масло, а также мясо (в 1986 г. импорт мяса в СССР достиг 908 тыс. т).

Сельское хозяйство в его колхозно-совхозном варианте оказалось для России тяжелым бременем: коллективные хозяйства работали крайне неэффективно, а потому убыточно.

Уже в 1980 г. колхозы СССР в целом являлись убыточными (убыток — 200 млн руб.). При этом нерентабельным было производство 7 из 13 главных видов сельхозпродукции и 13% всех колхозов и совхозов

страны (а в Нечерноземье даже 30—50%). Прибыль остальных хозяйств была столь мала, что не покрывала убытки худших.

В итоге, несмотря на огромные площади сельскохозяйственных угодий и значительную численность сельского населения, СССР к 1985 г. производил лишь 85% объема сельхозпродукции США. И это закономерно, поскольку уровень производительности в отечественном аграрном секторе составлял в тот период лишь 10% американского.

Степень развития российского сельского хозяйства легко проследить по состоянию его главной отрасли — зернового хозяйства. Оно по сей день работает крайне неравномерно, что не дает России, например, стать одним из постоянных экспортеров зерна (рис. 1.8).

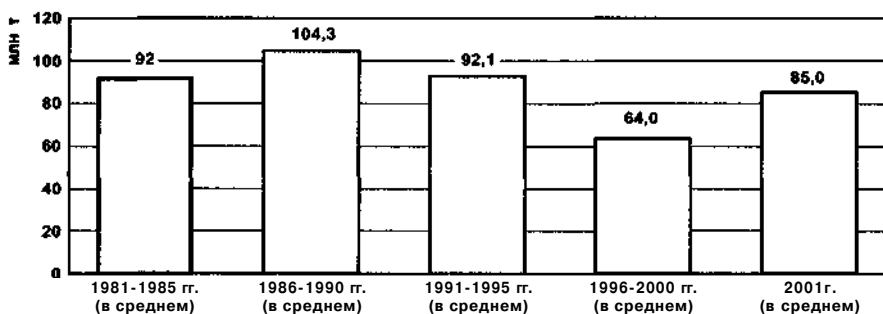


Рис. 1.8. Динамика валового сбора зерна в России (в млн т)

Средняя урожайность по зерну в рекордном 1990 г. составила в России 18,5 ц с гектара при посевной площади 63 млн га. Сегодня эта площадь сократилась в стране почти на 15 млн га.

При этом коллективные хозяйства постоянно получали дотации от государства, и сумма этих дотаций (в доинфляционных ценах) возросла с 3,5 млрд руб. в середине 60-х годов до 55 млрд руб. в середине 80-х. В итоге в село за 8—11-ю пятилетки было вложено 27% государственного бюджета страны, что больше, чем в любой из развитых стран мира.

Дотации — выплаты из государственного бюджета (предоставляемые бесплатно, а иногда и на безвозвратной основе) для покрытия определенных типов затрат предприятий и фирм.

Но использовалась эта поддержка села крайне нерационально. Например, ежегодно в колхозы и совхозы поступало до 400 тыс. тракторов, что в 5 раз больше, чем в США. Но полноценно из них находило применение не более 60—65% — остальные разбирали на запчасти для

ремонта техники, полученной от государства в прошлые годы. Не лучше обстояло дело с использованием другой сельскохозяйственной техники, минеральных удобрений, денежных средств на строительство хранилищ для урожая и заводов по его переработке.

В итоге ежегодно терялось не менее трети всей сельскохозяйственной продукции. Недобор продовольствия приходилось компенсировать закупками за рубежом на деньги, полученные от экспорта невосполнимого минерального сырья.

Бремя поддержки сельского хозяйства давит на российскую экономику и сегодня. В абсолютном выражении затраты государства на помощь сельскохозяйственному производству составили в 2000 г. около 54 млрд руб. Тем не менее «аграрное лобби» в органах законодательной власти постоянно настаивает на увеличении таких выплат, хотя уже сегодня в расходах государства на поддержку отраслей экономики доля расходов на поддержку сельского хозяйства куда больше доли, которую само сельское хозяйство вносит в создание валового внутреннего продукта страны (рис. 1.9).

Лобби — форма легального отстаивания интересов определенной группы фирм или граждан страны путем формирования фракций депутатов в законодательных органах власти.



Рис. 1.9. Доля сельского хозяйства в структуре валового продукта России (а) и в расходах федерального бюджета на поддержку отраслей экономики в 2000 г. (б)

В начале российских реформ многие экономисты говорили о возможности быстрого роста внутренних цен на сельхозпродукцию до уровня мировых цен. Так оно и произошло. Более того, из-за низкой эффективности производства российские производители сельхозпродукции ухитрились намного превзойти мировые цены. Уже к началу

1994 г. внутренние цены (в пересчете на доллары США) оказались выше мировых по сахару, растительному и животному маслу, говядине, минтаю, муке. Особенно резко «ушли в отрыв» внутренние цены на говядину — они оказались выше мировых более чем в 4 раза. Все это говорит о том, что российское сельское хозяйство — тяжелооблазная отрасль и ее выздоровление пока остается крайне проблематичным и дорогим делом.

Очевидно, что существовавшие прежде колхозы и совхозы в подавляющем большинстве нежизнеспособны и рассчитывать на их превращение в прибыльные и высокопродуктивные агрофирмы не приходится. Но неясно и то, спасет ли сельское хозяйство России развитие мелкого частного производства, т. е. российского фермерства.

Фермерство, в сущности, высокоэффективная модель агробизнеса, особенно когда ее дополняет свободно сформировавшаяся система кооперативных организаций, обслуживающих фермеров. Так организовано сельское хозяйство Нидерландов, производительность труда в котором в 86,8 раза выше, чем в России (хотя климат в этой стране тоже не особенно теплый, а земли влажные, поскольку отвоены у моря и лежат часто ниже его уровня).

Между тем предложил такую модель организации аграрной экономики отечественный ученый — выдающийся российский экономист Александр Чаянов. История мирового сельского хозяйства подтвердила правоту его выводов. При всем гигантском прогрессе техники главную скрипку в агробизнесе и сегодня играют не гигантские «фабрики зерна», а семейные фермерские хозяйства. Так, в США и в конце XX в. почти 60% продукции производят индивидуальные семейные фермы с объемом продаж в год от 1 до 20 тыс. долл. Еще 16% продукции дают фермы, принадлежащие семейным партнерствам, т. е. объединившимся родственными семьям.

В России возрождение частных крестьянских хозяйств идет с большим трудом:

- 1) нет денег на помощь фермерам;
- 2) на селе осталось мало людей, готовых работать по-новому;
- 3) сопротивляется сельская бюрократия — руководители вчерашних колхозов и совхозов;
- 4) постройки фермеров вновь, как и во времена столыпинской реформы, поджигают завистливые соседи.

Поэтому нет ничего удивительного в том, что рост числа фермерских хозяйств, достаточно быстрый в 1991 — 1994 гг., уже в 1995 г. практически прекратился (рис. 1.10), а уже в 1997 г. зафиксировано сокращение числа таких хозяйств.

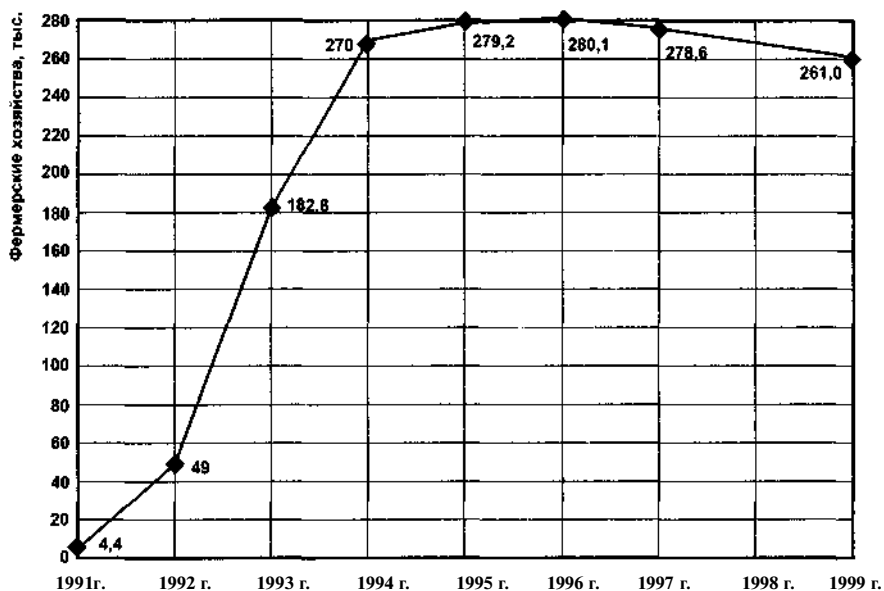


Рис. 1.10. Изменение численности фермерских хозяйств в России в 1991 — 1999 гг.

Между тем фермерский тип хозяйствования и в нашей стране показал свою эффективность. На фоне общего спада производства в бывших колхозах и совхозах (теперь тоже формально именуемых акционерными обществами) фермеры, например, на протяжении одного лишь 1993 г. сумели в 1,5 раза увеличить поголовье скота, в 2 раза — производство зерна, сахарной свеклы, мяса и молока и в 5 раз — производство яиц. В результате в 2000 г. доля фермерских хозяйств (владеющих всего лишь 8% площади российских сельхозугодий) составила в общероссийском производстве (в %): мяса — 2,0, сахарной свеклы — 4,9, зерна — 8,3 и семян подсолнечника — 14,2. И все же это меньше, чем ожидалось в начале реформ.

Но лишенное средств для развития, сталкивающееся с враждебностью окружения и препонами со стороны властей разного ранга, отрезаемое рэккетом от городских рынков, российское фермерство сегодня переживает тяжелый кризис.

Перспективы отечественного сельского хозяйства сегодня кажутся весьма проблематичными. Уже звучат голоса специалистов, полагающих, что сохранить прежние масштабы производства в этой отрасли России больше не по силам, да и невыгодно: дешевле покупать продо-

вольствие за рубежом, да и работать некому (в некоторых регионах России для уборки урожая уже стали приглашать турецких крестьян, которые приезжают с собственными комбайнами и берут за работу 1/4 собранного урожая). Им возражают те, кто полагает, будто такая политика подорвет экономическую безопасность и независимость страны, и кто верит, что в российские села еще можно вдохнуть новую жизнь.

Будущее покажет, кто прав в этом споре. Пока что немногие успехи в сельском хозяйстве России связаны с приходом туда крупного капитала из промышленности и созданием масштабных агрофирм. Если эта тенденция закрепится, то есть шансы на то, что в XXI в. в нашей стране наконец будет создано эффективное сельское хозяйство, способное обеспечить страну качественной продукцией в больших объемах. Пока же, например, почти вся мясная промышленность России работает на импортном сырье. Но вот в растениеводстве первые успехи уже появились.

Так, Россия произвела в 2003 г. значительный на фоне показателей последнего десятилетия объем зерна (86,5 млн т). В 2001—2002 гг. этот показатель также был высок и составил 85,2 млн т в сравнении с уровнем предыдущих лет: 2000—2001 гг. - 65,4 млн т, 1999—2000 гг. - 54,7 млн т, 1998—1999 гг. — 47 млн т. Рост внутреннего производства зерна способствовал выходу России на мировой рынок зерна. За 2001—2002 гг. зерновой год Россия поставила на экспорт (впервые за последние 70 лет), по разным оценкам, от 5,5 млн до 7 млн т зерна.

Более того, в сезоне 2001—2002 гг. Россия вошла в десятку мировых экспортеров пшеницы и пятерку экспортеров ячменя. По различным оценкам, в минувшем зерновом году (2002—2003 гг.) Россия поставила на мировой рынок 16—17 млн т зерна. Если такое положение сохранится, то можно будет надеяться, что сельское хозяйство страны — благодаря смене моделей хозяйствования и приходу крупного капитала из промышленности — станет наконец эффективной сферой хозяйственной деятельности.

ПРИЛОЖЕНИЕ II

МОЖНО ЛИ В РОССИИ СОЗДАТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ, ИЛИ ПОЧЕМУ НЕПРАВ ПАРШЕВ

В спорах о будущем отечественной экономики многие, не очень разбирающиеся в экономике люди с пессимизмом ссылаются на книгу А.П. Паршева «Почему Россия не Америка?», которая доказывает, что экономика России обречена быть отстающей из-за тяжелого отечественного климата. На самом деле это совсем не так, и потому любопытно познакомиться с аргументированной критикой идеи Паршева, которую дал известный российский экономист профессор В.И. Данилов-Данильян, долгое время возглавлявший в правительстве РФ Комитет по охране окружающей среды и потому разбирающийся в связях экономики и географии лучше, чем кто-либо иной¹.

Виктор Иванович, сейчас очень популярна книга Паршева «Почему Россия не Америка?» Чем вызван такой ажиотаж вокруг нее?

Да, есть такая книжечка. Она числится в списке бестселлеров (по данным «Книжного обозрения»). Забавно. Потому что у кого из знакомых экономистов ни спросишь, никто о ней даже не слышал, профессионалы не только не стремятся ее покупать, но даже не знают о ней. Хотя то обстоятельство, что она держится в списке бестселлеров, говорит о том, что она не только продается, но, наверное, и читается.

Книга представляет собой довольно взрывчатую смесь из самых разнообразных заблуждений, из высказываний, которые трудно принять политически, этически, экономически, социально, как угодно. Вместе с тем, в ней присутствуют и здравые мысли, которые не столько намечают пути решения проблем, сколько акцентируют сами проблемы — резко и для многих неожиданно. Я думаю, что именно этим она и привлекает читателей. Крайне досадно, что те хорошие зерна, что в ней содержатся, засорены массой плевел.

У А.П. Паршева исходный пункт такой: ключевым моментом, определяющим экономический потенциал страны и возможности ее развития, являются географические и климатические условия. Он приводит достаточно широко известные данные, что в России эти условия не очень-то хороши.

Изотермы, которые проходят по линиям постоянных значений среднегодовой температуры, направлены в этой части Европы не столько вдоль широт, как обычно, сколько по долготам — чем восточнее, тем холоднее становится. Поэтому даже Финляндия, которая лежит севернее, чем большая часть европейской части России, в среднем теплее, чем европейская часть территории нашей страны. Это традиционные рассуждения, они не являются чем-то новым и свежим. В частности, известный специалист по энергетике В.В. Клименко (из МЭИ) — большой энтузиаст этих идей. Кстати, на него Паршев ссылается, я даже думаю, что его книга в значительной мере вдохновлена этим источником. По Паршеву получается, что чем теплее, тем лучше. Совершенно непонятно: до каких пор, где граница? Потому что, если чем теплее, тем лучше, то в Африке, наверное, лучше всего. А в Африке производительность труда в сельском хозяйстве в 100 (сто) раз ниже, чем в США. Ну и что делать с этой климатической теорией?

По Паршеву получается так, что приличная жизнь в Прибалтике — в Эстонии, Латвии и Литве, возможна только тогда, когда основным рынком сбыта производимой продукции — Россия. Это же он относит и к Финляндии, потому что из Финляндии ехать с продукцией на Запад, как следует из этой теории, совершенно бессмысленно: затраты там ниже, никто не будет покупать финскую продукцию (не только сельскохозяйственную, никакую: отапливать надо и производственные помещения на промышленных предприятиях, затраты на инфраструктуру выше и пр.), а значит, надо ехать на Восток. Хорошая жизнь в Финляндии обусловлена исключительно тем, что финны нашли и эксплуатируют российский рынок. Но не нужно быть особенно глубоким аналитиком, чтобы заметить и с этой стороны полную нелепость. Получается, что шведы могут прилично существовать только за счет финского и прибалтийского рынка, или еще более восточного — российского. Ничего подобного на самом деле не происходит.

Если посмотреть направление шведской внешней торговли, то они вовсе не туда смотрят. А Швеция является одной из самых богатых стран, какое-то время назад вообще в тройку лидеров входила. Сейчас, правда, финны, расположенные, кстати, восточнее, обогнали Швецию. И финский экспорт совсем не настолько ориентирован на Россию, как

может показаться из книги Паршева, — ни сейчас, ни 10, ни 30, ни 50 лет назад. Да что там Швеция и Финляндия, несчастным США, получается, нечего смотреть на Латинскую Америку — только на Канаду, на юге «штатскую» продукцию, как будто, не должны покупать.

Конечно, географический и климатический факторы ни в коем случае нельзя игнорировать. Они в самом деле имеют большое значение, но ни в коем случае не служат универсальным объяснением всех экономических явлений, как это получается у Паршева. Эти факторы, если принимать во внимание не всю трехтысячелетнюю историю становления международного рынка, а только эпоху модерна (в пределах трех столетий), даже не самые существенные (а о трехтысячелетней истории мы явно маловато знаем для столь категоричных суждений и для выводов о ее влиянии на современную ситуацию). По такой теории не викторианская Англия должна быть колониальной державой, а Индии надлежало иметь британскую колонию. Можно, конечно, вдаваясь в историю, говорить, что в силу тех или иных обстоятельств, исторически сложилось так, а не иначе. Но эти рассуждения уже являются опровержением того, что климатическо-географический принцип является универсальным. Если мы к географии и климатологии добавляем историю, то тем самым говорим: нет, господа, география и климатология далеко не все объясняют, нужна еще история, нужно еще что-то.

Если стоять на позициях Паршева, то можно не сомневаться, что российские лыжники должны быть самыми сильными в мире. А ведь лыжная трасса — это не крытый каток для фигуристов, не трамплин, который все равно надо построить, не говоря об искусственном покрытии. Для лыжной трассы нужен нормальный снег, мороз (европейский во всяком случае) не страшен, а вот снег необходим. Почему-то финны, норвежцы, шведы, немцы, даже (вообще кошмар какой-то!) итальянцы бегают лучше нас. Почему же?

Но климат — только отправная точка Паршева, дальше он делает вывод, что наша экономика в принципе неконкурентоспособна на современном мировом рынке. Если судить по меркам этого рынка, то Россия — страна абсолютно инвестиционно не привлекательная. Иностранному капиталу здесь делать нечего, потому что он всегда найдет себе лучшую сферу приложения. В России в конечном счете любой труд обходится дороже (вспомним об отоплении, инфраструктуре и пр.), чем где бы то ни было (исключая, по Паршеву, только Монголию). Дороже получаемая продукция — так правильнее сказать, — чем производимая в более теплых местах. Мне попадались утверждения о том, что в расчете на одного жителя США тратят на кондиционирование больше

энергии, чем Россия на отопление. Может, конечно, они там с жиру бесятся, но куда от этого не уйдешь, затраты энергии есть затраты энергии. Тогда давайте сравнивать российское отопление с американским кондиционированием. За счет чего они выезжают? Я не говорю об Африке, то, что климат может быть неудобным из-за того, что он слишком теплый (именно так, задолго до Паршева, многие объясняли отсталость Африки), или обладать еще какими-то неприятными особенностями, Паршеву и в голову не приходит. У него только одно: хуже, чем в России, климата не бывает, разве что в Монголии. Только с Монголией мы и можем конкурировать, а со всеми остальными — нет.

Отсюда он делает замечательный вывод: России нужно не встраиваться в мировой рынок, а отгораживаться от него железным экономическим занавесом. Он говорит, что инвесторы не идут к нам не случайно, они никогда к нам не придут из-за всех этих географо-климатических особенностей. Зато наши здешние воры (и просто честные бизнесмены, если закон не запрещает) готовы будут вытащить отсюда все что угодно. Традиционная для нас проблема вывоза капитала будет всегда. Неважно, чистый он или нет, теневой или ясный, как стеклышко, все равно он будет вывозиться в силу более эффективного применения его в других местах. Таким образом, взаимодействие открытой российской экономики с мировым рынком, по Паршеву, может происходить только через вывоз капитала.

Паршев пытается объяснить, каким образом нужно отгораживаться от мирового рынка. Он говорит, что речь идет не о полной автаркии (то есть абсолютной замкнутости, закрытости экономики от внешнего мира), отдельные торговые сделки вполне могут быть выгодны, но об этой выгодности может судить только государство. Фактически он настаивает на полной государственной монополии во внешней торговле. Мы не должны продавать никаких ресурсов, разве что в тех случаях, когда продажа компенсируется такой покупкой, что ресурсный потенциал страны возрастает. Но как мерить ресурсный потенциал и вклад в него отдельных ресурсов?

Давайте порассуждаем. Цены мирового рынка, по-видимому, не подходят, во всяком случае они адекватны только для тех, кто полностью встроен в этот рынок, чья структура хозяйства ему целиком соответствует (или активно и быстро к нему стремится) — это и за 20 лет до Паршева по-русски не раз было написано (например: «всякая система экономических оценок жестко привязана к той воспроизводственной структуре, в рамках которой она определена, и в состоянии охарактеризовать лишь относительно небольшие отклонения от нее» — см.: Эко-

номическая энциклопедия. Политическая экономия. Т. 4. М. 1980. С. 649). А внутренние цены — откуда их взять? Если «автаркизированная» (пусть даже не вполне автаркическая) экономика имеет централизованное плановое управление (Госплан), то мы это уже проходили, больше не надо.

А если господствует рыночная система, то цены существуют только на то, что на этом рынке обращается. Но вот на мировом рынке появилось что-то новое, стоит 1000 долл. за шт. Нужно нам или нет? Если нужно, то сколько? Какой принесет «ресурсно-потенциальный эффект»? Что будем делать — тендер-аукцион объявлять? (В одном-двух абзацах, если не ошибаюсь, не более, Паршев развивает эту идею. Тем, что именно в подобных местах он на удивление лаконичен и всячески избегает подробностей, Паршев очень напоминает тех самых экономистов, которых не устает ругательски ругать чуть ли не на каждой странице.) Кто будет проводить этот тендер? Государство? Кто на тендере будет следить за достоверностью информации? Обманут ведь! Не надо в этом месте ссылаться на внутренний рынок в том смысле, что в таких условиях обман экономически невыгоден (деньги у потенциального покупателя ресурса, мол, свои). Этот, с позволения сказать, рынок существует в условиях госмонополии во внешней торговле — а в этих условиях возможно, между прочим, все, любые искажения ценовых соотношений. Значит, опять государство не только организует тендер, но проверяет всю технологическую информацию (именно технологическую!), сопоставляет и оценивает и пр., и это (разве что кроме тендера) нужно делать не только в тех случаях, когда на мировом рынке появилось что-то новое, но всякий раз, когда на этом рынке кому-нибудь что-нибудь понадобилось купить. Опять Госплан, теперь вместе с рынком.

Какой простор для коррупции, раздувания щек при полной некомпетентности и просто экономического маразма!

Это приведет к стагнации, к полному застою. Дело в том, что темпы научно-технического развития (не путать с экономическим) в мире сейчас не те, что во времена, когда идея построения чего бы там ни было «в одной, отдельно взятой стране» кому-то пришла в голову. Номенклатура продукции в современном хозяйстве на порядки шире, чем тогда. Никакой товарищ Сталин не построит в нынешних условиях автаркической или автаркизированной экономики. Это не будет устойчивая система, она будет разрушена изнутри, даже если не будет разрушена снаружи.

Паршев сам пишет (кстати, не однажды; как правило, если уж он о чем-нибудь пишет, то по многу раз, исключения попадают именно

там, где тщательное додумывание неизбежно приводит к отрицанию того, что бодро декларируется), что переход российского государства на такие позиции, если бы он случился, не вызвал бы никакого восторга за пределами России (добавлю: да и внутри тоже — по крайней мере, после перехода, а не в ожидании такового). Значит, были бы применены методы противодействия реализации такой системы, в том числе военные (Паршев пишет и об этом). Не хватает только России вляпаться сейчас в какое-нибудь военное противостояние с экономически более сильным противником. Это единственное, чего нам не хватает в нашей тяжелой судьбе. Все остальное у нас уже есть. Еще раз повторю: насчет войны — не мои домыслы, Паршев сам пишет об этом, но так легко, как юная девушка, которая считает себя первой красавицей, о возможном разводе с будущим мужем. Ну, будет другой. Ну, начнут воевать с нами, ну и что?

Паршев совершенно не учитывает процессов, происходящих в мире. Этот мир для него как бы застыл, Россия всем (разве что кроме жадных, своекорыстных и вообще нехороших — по Паршеву — Прибалтики и Финляндии), конечно, безразлична (если не очень дергается), а все остальное предопределено. А что такое процесс глобализации? Это отдельный разговор. На самом деле процесс глобализации, который сейчас происходит, — неправомерное распространение экономических критериев на те сферы, где они не должны применяться. Паршев это вроде бы понимает. Он в таком духе иногда и высказывается, но доминируют у него мысли о том, что современный мир за пределами России будет глобализоваться только так, как это нужно США, Европе, Японии. Но это невозможно.

Антиглобалистское движение — не чья-то выдумка и не чье-то мелкое хулиганство (как говорили в СССР — нарушение общественного порядка), и это не Бен Ладен, это расширяющееся движение.

Несовместимость глобализации в тех формах, в каких она сейчас происходит, с общечеловеческими ценностями, с тем бесспорным принципом, согласно которому каждый человек имеет право на достойную человека жизнь, а каждый народ имеет право на место в семье народов, достаточно очевидна. Не нужно особой прозорливости, чтобы увидеть, что в нынешних формах глобализация ведет к росту неустойчивости в мире. Если так, то наивно думать, что отгородившись экономическим железным занавесом, мы оградим себя от внешней неустойчивости. С такими же основаниями можно надеяться, что глобальные климатические изменения России не коснутся. Все то же построение чего-то в одной, отдельно взятой стране. Если неустойчивость мировой системы

будет нарастать, то мы в России никакой устойчивости не дождемся, как бы ни старались и как бы хорошо ни научились управлять внутренними делами. Мы будем сломаны, смяты, сметены — не каким-то определенным, конкретным супостатом, виновным во всем или хотя бы в чем-то важном для нас, а всем мировым процессом, как и все, кто в нем участвует (на любых ролях) или пытается не участвовать.

Отгораживание сделает еще более болезненным этот процесс, потому что мы станем страной-изгоем. Нынешняя глобализация — это бег сломя голову к тому, что для «тяжеловесов» мировой экономики представляется желательным, и без всякого внимания к тем, кого при этом по невнимательности (принципиальной, «теоретически» обоснованной) затопчут ногами. А если глобализация примет, наконец, разумные формы, если она будет работать на благо, а не во вред, то почему бы нам не воспользоваться этим благом? Ограничение глобализации — это отрицание того принципа, согласно которому в отношениях между экономиками (странами) должны господствовать только экономические критерии. При этом можно найти свою — достойную! — нишу в международном разделении труда и сохранить государственную, национальную, культурную и прочую самобытность.

Вы скажете, что никто не знает, как этого добиться? Так ведь и Паршее не знает!

Раз книга стала бестселлером и держится в этом списке довольно долго, значит, те идеи, которые высказывает Паршев, пользуются популярностью. Само появление этой книги знаково. Чем привлекателен Паршев?

Главное, что в книге Паршева привлекает людей, — утверждение о том, что бесконтрольный вывоз капитала из России надо прекращать. Для доказательства этой истины вовсе не требуется рассуждать о том, будто экономический потенциал России ниже, чем где бы то ни было, конечно, кроме Монголии. Климат здесь вообще ни при чем, в Аргентине прекрасный климат, замечательная южноамериканская степь (пампасы), на которой практически круглый год можно коров пасти. Больше того, не так давно Аргентина была самой продвинутой из развивающихся стран, первым кандидатом в развитие. Тем не менее сейчас Аргентина практически разорена. Кем, как? Можно назвать несколько факторов, но первый — бегство капитала из Аргентины. Почему деньги оттуда побежали? Никак по Паршеву это объяснить невозможно. Дело не в климате и не в географии. (Между прочим, именно аргентин-

цем был выдающийся экономист Рауль Пребиш, главная фигура в группе латиноамериканских экономистов, которая еще в 1950—1960-е годы разработала теорию периферийной экономики. Теория очень хорошо объясняла, почему бежит капитал из «периферийных» стран и как деформируется структура их хозяйства при взаимодействиях с «центральными» странами. Однако никто из этих экономистов — образованных, талантливых и патриотически настроенных — не призывал к автаркии, хотя, конечно, это слово им было очень хорошо знакомо.)

Бегство капитала наносит огромный ущерб России. Все это чувствуют, многие хорошо понимают, знают формы, причины, методы, каналы и т. д. Нет человека, который взялся бы доказывать, что это хорошо для России. Но тем не менее, хотя все это знают, а многие и понимают, кроме разговоров ничего нет, да и разговоры носят слишком абстрактный характер — эдакие вялотекущие дискуссии, которые регулярно возбуждаются по телевидению, на политических и экономических тусовках, в парламенте. Воздевают руки к небу и говорят: где наши 20 или 40 млрд долл. в год?! Паршев пытается подвести под эту проблему некую научную базу; делает это неубедительно, некомпетентно, неуклюже. Но он активно, я бы сказал, яростно хочет это сделать, доказать, что этот процесс — не случайность и что есть средства, для того чтобы остановить его. Людей, которые по этому поводу испытывают сильное, оправданное и не находящее выхода беспокойство, конечно, привлекает то, что проблема ставится открыто, и автор пытается серьезно и заинтересованно, неакадемично ее обсуждать и решать.

Такие люди могут быть очень разными: традиционные коммунисты, для кого государственная монополия во внешней торговле и запрет на вывоз капитала — с молоком матери всосанные идеи. Это могут быть и патриоты, которых интересует, что остается в России, каков ее реальный потенциал, благодаря чему он увеличивается или уменьшается; нередко они с более содержательной позиции, чем коммунистические догматики, смотрят на эту проблему. Это люди, которые живут здесь и хотят, чтобы жизнь была лучше, а не хуже, не выбирая какой-то идеологической позиции (кстати, в подзаголовке книги Паршева «Почему Россия не Америка?» сказано: «книга для тех, кто остается в России»). Всех этих людей привлекает и то, что автор, может быть, и заблуждается, но по крайней мере душой не кривит. Но дело, конечно, не только в этом. «Уж сколько раз твердили миру, что лезть гнусна, вредна, но только все не впрок, и в сердце льстец всегда отыщет уголок». Паршев льстит нашему российскому читателю, хотя и не для того, чтобы этот читатель выронил кусочек сыра — сыра у него никакого вовсе нет.

Паршев льстит не только читателю, но прежде всего — самому себе. Ох уж эти разговоры о том, что мы самые добрые, самые человечные, самые — отчего бы и нет? — умные и пр., а европейцы так жестоки, что ни с какими зверями не сравнить и пр., и пр., и пр. (не дословно, но именно в таком духе Паршев с большим увлечением и рассуждает). Конечно, популизм встречается и у профессионалов (а в том, что Паршев — дилетант в экономике, сомневаться трудно), но не до такой же степени! Главное в России — язык, культура и природа, что же касается нас самих, то возникают сомнения: сумеем ли мы сохранить то, что получили от предков?

Читатель, который больше ничего по экономике (как бы по экономике) не читал, кроме этой книжки, подумает, что Паршев — единственный, кто не только недоволен экономической политикой, но и ясно видит ее изъяны, ставит самые важные вопросы и имеет теоретическую основу для их решения. Ничего подобного! Не об истории российской экономической мысли я сейчас пишу и, да простит мне читатель, что за неимением времени сошлюсь только на свою собственную статью «Новые опасности экономического романтизма» (Новый мир. 1990. № 5; тираж 2 750 000). В этой статье (и многих дальнейших публикациях, в том числе книге «Бегство к рынку: десять лет спустя». М.: МНЭ-ПУ, 2001) — проблемы в основном те же, что интересуют Паршева (плюс еще дополнительные), но объяснения и рекомендации — другие.

А чего от данной книги будет больше — пользы или вреда ?

Это зависит от того, кто будет заниматься разработкой и реализацией экономической политики в нашей стране. Для того чтобы ответить на этот вопрос, нужно рассматривать сценарии относительно того, как у нас будет осуществляться экономическое управление. Я думаю, что из тех, кто сейчас творит и реализует экономическую политику, практически никому до Паршева никакого дела вообще нет. Они и так все знают, жаль только, что знают плохо. Попытаться задуматься о вопросах, которые ставит Паршев, было бы не только чрезвычайно полезно, это — необходимо. Но людей, которые задают вопросы, у нас, как известно, много, поэтому правящая элита предпочитает не обращать на них внимания. В этом случае — ни вреда, ни пользы, ни от Паршева, ни от любой другой книги на те же темы.

Если экономическую политику будут делать трезвые, компетентные и творческие люди (последнее, между прочим, обязательно), то книга Паршева должна заинтересовать их как симптом — потому что почти

стала общественным явлением, а чтобы строить экономическую политику, надо знать общество, в котором она должна реализовываться.

Не исключено, что экономическая политика будет у нас в духе «истин», провозглашаемых депутатом Шандыбиным. Тогда, конечно, книга Паршева станет кувалдой, которой будут долбить по мозгам здравых экономистов (но далеко не только их). Тогда уже никого не будет интересовать: доказано — не доказано, правильно — неправильно, Африка, Америка, глобализация — все неважно. Сказано закрыть — закроем, и все. В случае перемен в России в эту сторону книга, возможно, будет поднята на щит и станет, если уж не новым экономическим катехизисом, то чем-то вроде этого. Разумеется, совсем ненадолго. Книжка Паршева — бальзам для патриотов самого разного толка, но с содержательной точки зрения — чушь.

В пользу этого говорят и весьма оптимистичные прогнозы развития, российской экономики, которые даются иностранными экспертами. Так, в начале октября 2003 г. был опубликован доклад, подготовленный аналитиками знаменитой инвестиционной компании Goldman Sachs.

Этот доклад «Путь в 2050 год» (оригинальное название — *Dreaming With BRICs: The Path to 2050*) посвящен потенциалу роста экономики четырех стран — Бразилии, России, Индии и Китая (сокращенно BRIC) — в течение ближайших пятидесяти лет. «Мировая экономика претерпела колоссальные изменения за минувшие полвека, — говорится в докладе. — В последующие 50 лет изменения могут приобрести драматический характер. Основной вывод этой работы — то, что в ближайшие несколько десятилетий рост, который демонстрируют крупнейшие развивающиеся страны, особенно Бразилия, Россия, Индия и Китай, будет оказывать на мировую экономику несравнимо большее влияние, чем теперь. Больше, чем это видится даже самым смелым инвесторам»¹.

Используя последние демографические прогнозы и модель накопления капитала и роста производительности, мы планируем рост валового внутреннего продукта, дохода на душу населения и роста курса национальных валют в экономиках BRIC до 2050 г. Это позволяет нам представить картину того, как мировая экономика могла бы измениться в ближайшие десятилетия».

Перспективы четырех развивающихся стран исходя из прогноза Goldman Sachs выглядят «потрясающе»: опираясь на последние демографические и экономические данные, авторы доклада пришли к выводу, что совокупные экономики четырех стран уже через 40 лет превзойдут совокупные экономики США, Японии, Франции, Германии,

¹ http://www.e-xecutive.ru/analytics/article_1875/

Великобритании и Италии (крупнейшие индустриальные державы, так называемые G6 countries). К 2025 г. объемы экономик BRIC могут составить более половины от объема экономик G6. К 2050 г. лишь США и Япония сохраняют свои позиции в шестерке крупнейших экономических держав мира. За эти 50 лет ВВП стран «большой шестерки», по прогнозу Goldman Sachs, будет расти максимум на 2% в год. Это позволит Индии к 2032 г. опередить по объему ВВП Японию, а Китаю — к 2041 г. обогнать по этому показателю США.

«Наши прогнозы могут показаться слишком драматичными, — говорится в докладе. — Однако мировая экономика может радикально меняться за несколько десятилетий. Иллюстрацией к этому может служить взгляд на минувшие 30—50 лет. Полвека тому назад Япония и Германия всеми силами старались избежать преобразований. 30 лет назад Корея только-только начала подниматься над уровнем беднейших стран. И всего десять лет назад стало действительно ощутимым влияние на мировую экономику Китая».

Не менее крутые перемены ожидают мировую экономику. Согласно прогнозу, наиболее ярко выглядят перспективы России, динамика развития которой превзойдет показатели других развивающихся стран. Авторы доклада полагают, что к середине XXI в. уровень жизни в стране будет выше, нежели в Германии и Италии, а по размеру экономики Россия превзойдет также Францию и Великобританию.

Российский ВВП на душу населения в 2050 г. достигнет 49 646 долл. в год (на 2003 г. — 2976 долл.). Соответственно экономика России сравняется с итальянской в 2018 г., с французской — в 2024 г., с английской — в 2027 г., с немецкой — в 2028 г.

Результаты работы аналитиков Goldman Sachs базируются на предположении, что положительные тенденции, которые наблюдаются в экономиках стран BRIC сегодня, сохранятся и в будущем. Рост объема ВВП относительно стран «большой шестерки» будет неуклонным, но особенно высокие его темпы (7—10% в год) сохранятся приблизительно в течение 30 лет. В дальнейшем рост должен замедлиться, и, вероятно, лишь Индия будет к 2050 г. демонстрировать темпы роста, значительно превышающие 3% ВВП в год. Доклад содержит предположение, что, несмотря на рост благосостояния в четырех развивающихся странах, в целом люди в них будут через 50 лет беднее, чем в шести индустриальных державах. За исключением России. А доход на душу населения в Китае может к концу периода приблизиться к нынешнему доходу в развитых экономических системах.

Расчеты строятся с учетом демографических прогнозов, составленных западными исследовательскими центрами. Так, прогнозы для российской экономики корректируются согласно данным Бюро переписи населения США, которые предполагают снижение численности россиян со 144 млн в 2003 г. до 118 млн в 2050 г.

Кроме того, немаловажной поправкой в расчете реального роста экономик BRIC стоит считать укрепление национальных валют. За счет него ВВП в долларовом эквиваленте увеличится на треть. Остальные две трети прироста ВВП обусловлены увеличением производства товаров и услуг. «Чтобы достичь таких результатов, этим странам не надо проводить какую-то специальную экономическую политику с целью повторить чудо «азиатских тигров», — поясняет один из авторов доклада, старший аналитик Goldman Sachs Доминик Уилсон. — Достаточно обеспечить макроэкономическую стабильность, открытость экономики, работать над улучшением государственных и рыночных институтов, инфраструктуры и образования». Вероятность того, что события в России будут развиваться по сценарию Goldman Sachs в течение ближайших 10—15 лет, Уилсон оценивает как «превышающую 50%».

Экономисты, которых опросили корреспонденты «Ведомостей», считают прогноз Goldman Sachs вполне реалистичным. «Я чуть более оптимистично оцениваю экономические перспективы России в краткосрочной перспективе и чуть более пессимистично — в долгосрочной, — говорит главный экономист Brunswick UBS Эл Брич. — Но в целом выводы доклада вполне разумны. Центр тяжести в мировой экономике, несомненно, смещается». По словам Брича, такие страны, как Вьетнам, могут расти в пересчете на душу населения даже быстрее, чем Китай, Индия или Россия. «Мы никогда не научимся понимать Россию, так что все возможно, — говорит Питер Уэстин из ИК «Атон». — Но, по моим оценкам, Россия вполне может «перерасти» Германию через 30 лет». И Уэстин, и Брич согласны с экономистами из Goldman Sachs, что главное — это продолжение структурных реформ, особенно банковской и административной. «Экономические процессы не развиваются линейно — это показал распад СССР, — говорит главный экономист «Тройки Диалог» Евгений Гавриленков. — Но, в принципе, расчеты Goldman Sachs не вызывают отторжения».

ПРИЛОЖЕНИЕ III

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

Выше мы выяснили, что рыночные механизмы устанавливают рамки деятельности любой фирмы. Но эти рамки — общие для всех фирм, вступающих на рынок. Между тем некоторые фирмы добиваются успеха, а их владельцы богатеют, тогда как другие-фирмы еле сводят концы с концами, а то и разоряются. Причина столь различных результатов коммерческой деятельности — неодинаковое умение руководителей фирм адаптироваться к условиям, задаваемым рыночной средой, и выбрать правильную экономическую политику фирмы.

Правила такого выбора довольно универсальны, идет ли речь о маленьком семейном предприятии или гигантской фирме с десятками тысяч занятых. Конечно, изучить эти правила детально в рамках данного учебника невозможно, но составить о них общее представление и понять, где могут подстергать ошибки, — задача реальная. Для этого рассмотрим основные правила рациональной организации коммерческой деятельности через призму бизнес-плана, т. е. познакомимся с правилами грамотной организации коммерческой деятельности.

§ 3.1. Понятие о бизнес-плане

Бизнес-план — документ, обычный для большинства стран с развитой рыночной экономикой. Например, во всем мире принято выдавать банковские ссуды коммерсантам только после тщательного анализа их бизнес-планов. Этот тип экономической документации начинает все шире использоваться и в российской практике как государственными организациями (например, Министерством экономики или Госкомитетом по управлению государственным имуществом), так и коммерческими банками.

Бизнес-план — это документ, в котором:

- 1) описываются все основные аспекты будущего коммерческого предприятия;
- 2) анализируются проблемы, с которыми оно может столкнуться;
- 3) определяются способы решения этих проблем.

Правильно составленный бизнес-план в конечном счете отвечает на вопрос: «Стоит ли вообще вкладывать деньги в это дело и принесет ли оно доходы, которые окупят все затраты сил и средств?» Для любой фирмы и любого предпринимателя (особенно если он новичок) очень важно реально составить **бизнес-план** в соответствии с определенными требованиями и провести входящие в его состав специальные расчеты. Это поможет заранее увидеть будущие проблемы и продумать пути их преодоления.

Бизнес-план — описание основных аспектов, с которыми сопряжена реализация нового коммерческого проекта.

Бизнес-план помогает предпринимателям и экономистам решить четыре основные задачи:

- 1) изучить емкость и перспективы развития будущего рынка сбыта;
- 2) оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта нужной продукции, соизмерить их с возможными ценами продаж и определить потенциальную прибыльность задуманного дела;
- 3) обнаружить возможные «подводные камни», подстерегающие новое дело в первые годы его реализации;
- 4) установить показатели, по которым можно будет регулярно определять состояние своих дел.

Конечно, степень детализации бизнес-планов может быть различной. Одно дело — открыть видеотеку для жителей своего микрорайона и совсем другое — организовать изготовление садового инвентаря или табуретов для кухонь. В первом случае надо только выяснить, у кого и по какой цене вы сможете регулярно покупать кассеты с записями, а разместить видеотеку можно и у себя дома. Во втором — проблема ресурсного обеспечения должна продумываться куда серьезнее, вплоть до подписания предварительных соглашений о покупке металла и древесины с будущими поставщиками.

Бизнес-план — документ на перспективу, и составлять его рекомендуется на 3—5 лет вперед. При этом в зарубежной практике принято давать основные показатели для первого года в поквартальной разбивке, для второго — в поквартальной, и лишь начиная с третьего года можно ограничиваться годовыми показателями. В отечественной практике, где возможность надежного прогнозирования пока неизмеримо ниже, достаточно составления бизнес-плана на два года вперед и в разбивке по кварталам. Если разработчики бизнес-плана не способны сделать даже этого, т. е. не просматривают перспективу своего проекта хотя бы на 24 месяца вперед, то не рано ли за него браться?

Конечно, начиная новое дело, можно вообще обойтись без бизнес-плана. Ни один юридический документ пока не закрепляет обязательности его подготовки при создании новой фирмы. Но не промоделировав свою будущую деятельность при разработке бизнес-плана, предприниматель оказывается неподготовленным к тем неприятностям, которые могут подстергать его на пути к успеху. Он начинает лихорадочно импровизировать, и чаще всего это кончается печально.

Глубинная причина неудач — плохая подготовка к созданию фирмы, неквалифицированный прогноз своей будущей деятельности.

Составление бизнес-плана позволяет снизить риск такой неудачи, хотя и не дает стопроцентной гарантии успеха.

§ 3.2. Выбор товара и конкурентной стратегии

Первый раздел бизнес-плана обычно называется «Обоснование выбора товара».

В нем необходимо объяснить причины выбора тех товаров или услуг, которые фирма хочет предложить на рынок, чтобы получить высокие доходы. Задача формулируется именно так — **«предложение товара на рынок ради получения высоких доходов»**, а не просто «предложение нового (уникального, интересного, модного) товара».

Не будем забывать: цель любой коммерческой фирмы состоит в зарабатывании высоких доходов для своих владельцев и тех, кто одолжил деньги на ее создание. Никто в мире не дает денег просто на строительство завода химических волокон или открытие мастерской по ремонту часов. Вложение денежных средств и ресурсов всегда делается ради **получения доходов больших, чем при иных альтернативах инвестирования**.

Может показаться, что в отечественной экономике, переживающей тяжелый кризис структурной перестройки и спада производства, разумно поступает тот, кто для своего бизнеса выбирает товары (или услуги):

- 1) производство (оказание) которых требует минимальной кооперации и поставок со стороны;
- 2) где достижима широкая заменяемость исходного сырья и материалов.

Но эта хозяйственная стратегия не может рассматриваться как универсальная. Более глубокий подход — обеспечение себе устойчивой конкурентоспособности.

Современная теория конкурентоспособности, нашедшая развитие в книгах профессора Гарвардского университета Майкла Портера, позволяет осознанно подойти к анализу особенностей того рынка, на кото-

ром вы хотите действовать, стратегии конкурентов и, наконец, к определению своей собственной стратегии.

Пытаясь разобраться в хитросплетениях конкурентной борьбы на интересующем фирму рынке, полезно иметь в виду, что, как правило, эта борьба определяется пятью основными факторами:

- 1) соперничеством между конкурирующими на данном рынке продавцами товаров;
- 2) стремлением фирм других отраслей привлечь покупателей к покупке производимых в этих отраслях товаров-заменителей;
- 3) возможностью и степенью легкости появления на рынке новых конкурентов;
- 4) рыночной силой и соответственно крепостью позиций в переговорном процессе, которой обладают поставщики сырья и комплектующих изделий;
- 5) рыночной силой и соответственно крепостью позиций в переговорном процессе, которой обладают покупатели готовой продукции.

Имея все это в виду, фирма может и должна четко сформулировать свою конкурентную стратегию. Сердцевина этой работы — выбор типа конкурентных преимуществ, которые будут использоваться фирмой для достижения успеха на рынке.

Мировой опыт свидетельствует о наличии двух основных типов конкурентных преимуществ:

- 1) пониженные затраты;
- 2) дифференциация товаров.

Конкурентное преимущество на основе пониженных затрат. Под более низкими затратами понимается не просто меньшая сумма затрат на производство, чем у конкурентов, а способность фирмы разрабатывать, производить и сбывать товар более эффективно, чем конкуренты.

Иными словами, чтобы достичь этого типа конкурентного преимущества, фирма должна организовать с меньшими затратами и в более короткие сроки весь цикл операций с товаром: от его конструкторской проработки до продажи конечному покупателю. Неспособность выстроить всю эту цепочку сведет на нет успех в любом из ее звеньев.

Действительно, если вы придумали интересную новинку, вызвавшую большой спрос, но плохо организовали производство, то затраты, а значит, и цена товара окажутся слишком высокими и покупатели отвернутся от вас. Аналогичным образом, если вы хорошо сконструировали новый товар и умело наладили его производство, но не сумели найти умелых торговцев, которые будут его продавать, вас опять ждет неудача.

В этом случае неумехи-купцы для покрытия непомерно высоких собственных затрат:

1) либо потребуют от вас чрезмерно высокой **торговой скидки**, лишив с таким трудом добытой прибыли;

Торговая скидка — часть рекомендуемой фирмой цены продажи конечным покупателям, которая изымается в свою пользу продающей товар торговой организацией.

2) либо установят завышенную **торговую наценку**, удорожив в конечном итоге товар и сведя на нет всю экономию затрат, которой вам удалось достичь за счет удачной конструкции и эффективной технологии производства.

Торговая наценка — устанавливаемая торговой организацией надбавка к цене, по которой товар реализуется фирмой-изготовителем.

Конкурентное преимущество на основе дифференциации товаров. Не так однозначно и понимание сути конкурентного преимущества, называемого дифференциацией товаров.

Современная теория конкурентоспособности понимает под этим способность удовлетворять особые потребности покупателей и получать за это премиальную цену, т. е. цену в среднем более высокую, чем у конкурентов. Иными словами, для обеспечения такого типа конкурентных преимуществ необходимо научиться искусству выделяться в толпе конкурентов и предлагать покупателям товар, заметно отличающийся:

1) либо высоким уровнем качества при стандартном наборе свойств товара;

2) либо нестандартным набором свойств товара, реально интересующих покупателя, при стандартном или повышенном качестве товара в целом.

При этом в любой данный момент времени можно строить свою стратегию обеспечения конкурентоспособности, опираясь лишь на один из видов конкурентных преимуществ. Это значит, что упор может делаться на привлечение покупателей либо за счет относительной дешевизны своих товаров по сравнению с аналогичными изделиями других производителей, либо за счет их уникальности. Но одновременное совмещение обоих видов конкурентных преимуществ приведет только к неудаче, что доказано множеством примеров.

Учитывая такое толкование видов конкурентных преимуществ, вы можете выбрать для себя наиболее приемлемую стратегию обеспечения и поддержания конкурентоспособности.

Этот выбор зависит от того, какими возможностями вы располагаете. Так, если у вас:

- 1) устаревшее оборудование;
- 2) невысокая квалификация работников;
- 3) нет интересных технических новинок, но зато:

4) не слишком высока заработная плата и прочие затраты на производство,

то вы можете принять на вооружение стратегии, основанные на пониженных затратах.

Если же:

- 1) сырье и материалы обходятся вам очень дорого, но зато у вас есть:
- 2) неплохое оборудование;
- 3) отличные конструкторские разработки или изобретения;
- 4) работники, обладающие высокой квалификацией,

то вы можете попытаться достичь конкурентоспособности за счет организации выпуска уникальных товаров или товаров с таким высоким уровнем качества, который окупит в глазах покупателей и немалую себестоимость.

Естественно, что вовсе не обязательно все время придерживаться только одной, некогда выбранной стратегии конкуренции. Начав, допустим, со стратегии, предполагающей выпуск одного-двух изделий, доступных широкому кругу небогатых покупателей, можно дальше приступить к освоению другой стратегии. Путь расширения своего ассортимента при сохранении столь же низких цен, оправдывающих не особенно высокий уровень качества, ведет к стратегии предложения широкого ассортимента дешевых изделий.

Это позволит резко увеличить и объемы реализации, и суммы получаемой прибыли (при довольно умеренной рентабельности, т. е. не слишком высоком отношении этой прибыли к сумме вложенных вами в дело собственных и заемных средств). Такой стратегии сейчас, например, успешно придерживается Китай, увеличивающий ежегодно свой экспорт на 30% и уже заполнивший мировые рынки своими дешевыми моделями одежды и обуви умеренно-стандартного качества.

Если же не расширять ассортимент, а все доходы направлять на повышение качества своих товаров, то этот путь приведет к стратегии, основанной на дифференциации товаров за счет особых свойств или повышенного качества. Итогом станет репутация высококлассного изготовителя, за товары которого не жалко и заплатить подороже.

Вероятно, этот путь развития не сулит очень большой массы прибыли, но зато может обеспечить достаточно высокий уровень рентабельности вложенного капитала. И если потом акционировать свое дело и выпустить акции в открытую продажу, то цена их может оказаться достаточно высокой. Ее будет подкреплять хорошая репутация и приличный уровень рентабельности.

Итак, допустим, взвесив все «за» и «против», вы выбрали тот круг товаров, которые станут предметом вашего бизнеса. Теперь надо убедить в правильности своего выбора будущих читателей бизнес-плана — партнеров или потенциальных инвесторов.

Для этого, опираясь на анализ приемлемых стратегий конкурентоспособности, необходимо предельно четко написать в бизнес-плане ответы на следующие вопросы:

- 1) какие потребности призван удовлетворять ваш товар (продукт или услуга)?
- 2) что в нем особенного и почему потребители будут предпочитать его товарам (услугам) ваших конкурентов?
- 3) сколь долго этот товар будет новинкой на рынке (примерная оценка с учетом ранее сложившихся тенденций)?
- 4) какими патентами или авторскими свидетельствами защищены особенности вашего продукта или технологии?

Отвечая на эти вопросы, необходимо четко охарактеризовать:

- 1) основные качественные характеристики вашего товара;
 - 2) преимущества его дизайна;
 - 3) особенности упаковки, в которой он будет продаваться;
 - 4) организацию сервиса вашего товара (если это техническое изделие).
- Завершаться этот раздел бизнес-плана в идеале должен фотографией или очень хорошим рисунком вашего товара. Это позволит читателям бизнес-плана составить о данном товаре достаточно четкое представление.

§ 3.3. Оценка рынка сбыта

Определив, что стоит производить и продавать фирме, надо затем оценить масштабы рынка для этого товара. Результаты связанных с этим исследований служат основой для второго раздела бизнес-плана, который называется «Оценка рынка сбыта».

Это, пожалуй, важнейшая часть бизнес-плана, и на ее подготовку нельзя жалеть ни средств, ни сил, ни времени. Опыт показывает, что неудача большинства провалившихся со временем коммерческих и инве-

стиционных проектов была связана именно со слабым изучением рынка и переоценкой его емкости. Поэтому, готовя те 5—6 страниц текста, в которые должен уместиться этот раздел, вам необходимо предварительно собрать и обработать большой объем информации. На ее основе и готовится прогноз сбыта товаров, или, как его иначе называют, прогноз продаж.

Прогноз продаж — количественная величина (число единиц или общая стоимость) продаж определенного вида товаров фирмы конкретной группе покупателей в течение четко указанного периода времени при утвержденной программе (плане) маркетинга.

Другими словами, говорить о существовании прогноза сбыта можно в том случае, если руководство фирмы способно получить от своего персонала заявление типа: «В течение будущего года в Европейской части России мы сможем продать крупным предприятиям машиностроительного комплекса ...тыс. т проката профиля... при цене..., затратах на рекламу..., организации продаж на 30% через собственных дилеров и на 70% через оптовые торговые фирмы».

И самое главное, этот прогноз должен быть обоснован, должна быть доказана его устойчивость в определенном диапазоне возможных изменений параметров деятельности фирмы. Это достигается за счет анализа ряда факторов, влияющих на возможную емкость рынка и масштабы сбыта.

Поэтому разработка прогноза сбыта обычно начинается с прогноза развития отрасли, к которой принадлежит фирма, поскольку общая тенденция отраслевого развития неизбежно окажет существенное влияние на данную фирму.

Опираясь на прогноз развития отрасли и максимальную оценку своих производственных и маркетинговых возможностей, фирма затем обычно делает прогноз потенциального сбыта — идеальной верхней границы возможного сбыта при наилучшей комбинации всех факторов.

§ 3.4. Понятие о сегментации рынка

Самые первые сведения, которые вам потребуются, — это кто будет покупать у вас товары. Нет ничего ошибочнее, чем полагать, что достоинства вашего товара столь очевидны, что его захотят купить все жители определенного региона или все предприятия той или иной отрасли. Значит, надо приступить к серьезному изучению и прогнозированию

рынка и искать ответы на вопросы о том, кто, почему, сколько и когда будет готов купить вашу продукцию завтра, послезавтра и вообще в течение ближайших двух лет.

Товарный рынок — чрезвычайно широкое понятие. Реально любая фирма всегда действует в определенном сегменте рынка, в той нише, которую ей удалось найти или завоевать в борьбе с конкурентами. Поэтому прогноз сбыта всегда следует начинать с определения того сегмента рынка, где ваша фирма сможет добиться успеха.

Такая работа (ее обычно называют сегментацией рынка) состоит в выделении той части общего товарного рынка, той группы покупателей, где шансы на покупку товаров данной фирмы наиболее высоки.

Процедуру сегментации можно представить как последовательный поиск ответов на стандартный набор вопросов. Например:

1-й шаг. Кто может покупать ваш товар:

- промышленные фирмы?
- частные лица?

Ответ: промышленные фирмы.

2-й шаг. Промышленные фирмы какой отрасли будут покупать ваш товар:

- тяжелой промышленности?
- легкой промышленности?
- сферы услуг?
- бюджетной сферы?
- прочих отраслей?

Ответ: тяжелой промышленности.

3-й шаг. Фирмы и предприятия какого размера будут наиболее вероятными вашими покупателями:

- крупные?
- средние?
- мелкие?

Ответ: средние.

4-й шаг. Где географически будет расположен ваш основной рынок сбыта:

- в России?
- за рубежом?

Ответ: в России.

И так далее.

Обычно при сегментации рынка рекомендуется ответить еще и на следующие вопросы:

- 1) в каких районах страны сбыта вы будете продавать свои товары?
- 2) вашими покупателями будут клиенты, совершающие обычно покупку такого товара:
 - разово?
 - регулярно?
- 3) ваши покупатели будут покупать товары:
 - с оплатой наличными в момент приобретения?
 - с предоплатой?
 - в кредит?
- 4) ваши покупатели будут производить оплату:
 - в рублях?
 - в свободно конвертируемой валюте?
 - в частично конвертируемой валюте?
 - в неконвертируемых денежных средствах?
- 5) платежеспособность ваших покупателей в настоящее время может быть охарактеризована как:
 - высокая?
 - удовлетворительная?
 - временно пониженная?
- 6) ваши покупатели относятся к упаковке товара:
 - с большим вниманием?
 - предъявляют стандартные требования?
 - не обращают особого внимания?
- 7) ваши покупатели:
 - требуют послепродажного обслуживания в течение всего периода службы товара?
 - требуют послепродажного обслуживания в течение гарантийного срока эксплуатации товара?
 - не требуют послепродажного обслуживания?
- 8) ваши покупатели требуют поставки товара:
 - большими партиями?
 - малыми партиями стандартного размера?
 - партиями дифференцированного размера?

Ответив на все эти вопросы, вы сможете предельно четко дать итоговую характеристику того сегмента рынка, в котором вы собираетесь продавать свои товары.

Теперь надо сделать следующий шаг — оценить емкость этого сегмента рынка, т. е. на какую сумму здесь можно продать товаров.

§ 3.5. Оценка емкости рыночного сегмента

Для успеха планов фирмы важно не только выделение целевого сегмента рынка (одного или нескольких), но и постоянное наблюдение за динамикой его важнейших характеристик. К их числу относятся:

- 1) емкость сегмента, т. е. возможное здесь число продаж в течение определенного периода времени;
- 2) доступность сегмента, т. е. возможность проникновения сюда со своими товарами;
- 3) тенденции изменения состояния сегмента, т. е. выяснение, увеличивается этот сегмент со временем или, наоборот, сокращается;
- 4) прибыльность сегмента, т. е. определение того, насколько велика реальная выгодность продаж товаров этой группе покупателей и как эта выгодность меняется со временем;
- 5) напряженность конкуренции, т. е. выяснение круга основных конкурентов и изучение итогов борьбы с ними за внимание покупателей.

Наиболее важными при экономической оценке сегмента рынка считаются следующие вопросы:

- 1) какова емкость целевого сегмента рынка:
 - составляет менее 10% нынешнего объема продаж фирмы?
 - равна 10—30% нынешнего объема продаж фирмы?
 - равна 50% нынешнего объема продаж фирмы?
 - превышает 50% нынешнего объема продаж фирмы?
- 2) насколько доступен целевой сегмент рынка:
 - доступ возможен?
 - доступ затруднен?
 - доступ возможен при значительных усилиях и затратах?
 - доступ будет возможен только в будущем?
- 3) как изменяется целевой сегмент рынка:
 - увеличивается?
 - стабилен?
 - сокращается?
- 4) насколько прибыльны операции в данном сегменте рынка:
 - прибыльность ниже средней прибыльности современных операций фирмы?
 - прибыльность равна средней прибыльности современных операций фирмы?
 - прибыльность выше средней прибыльности современных операций фирмы?
- 5) насколько напряженна конкуренция в целевом сегменте рынка:

- на рынке действует много мелких фирм, неспособных существенно влиять на общую ситуацию, т. е. на уровень цен и объемы продаж (ситуация совершенной конкуренции)?
- на рынке действует много мелких фирм, контролирующих малую его долю, и несколько крупных, владеющих основной долей рынка;
- на рынке действует несколько крупных фирм, поделивших его между собой (ситуация олигополии)?
- на рынке господствует одна фирма, навязывающая покупателям и конкурентам свои условия игры (ситуация абсолютной монополии)?

Окончательно уяснив ситуацию в избранном сегменте рынка, можно уже переходить непосредственно к оценке возможных здесь объемов продаж. Решение этой задачи включает в себя несколько этапов.

Первый этап. Он состоит в оценке потенциальной емкости рынка, т. е. общей стоимости товаров, которые покупатели определенного региона могут купить, скажем, за месяц или за год.

Величина эта зависит от многих факторов: социальных, национально-культурных, климатических, а главное, экономических, в том числе от:

- 1) уровня доходов (или заработков) ваших потенциальных покупателей;
- 2) структуры их расходов (в том числе сумм сбережений или инвестиций);
- 3) темпов инфляции;
- 4) наличия ранее купленных товаров аналогичного или сходного назначения и т. д.

Конечно, сам набор учитываемых факторов зависит от характера вашего проекта. Одно дело, если вы составляете бизнес-план в связи с внедрением нового типа станков. Тут вам надо учесть:

- 1) структуру уже имеющегося станочного парка;
- 2) сдвиги в ассортименте выпускаемой с помощью этих станков продукции (будет ли полезен ваш новый товар при изготовлении новой продукции вашими покупателями);
- 3) инвестиционный климат в отраслях-потребителях (уровни процентных ставок по кредитам, наличие налоговых льгот и т. п.).

Совсем другое дело, если вы планируете создать мастерскую по ремонту бытовой техники и вас волнует прежде всего то, сколько у жителей близлежащих районов такого рода техники и какие аналогичные мастерские уже обслуживают этот круг клиентов.

Второй этап. В ходе его производится оценка потенциальной суммы продаж, т. е. той доли рынка, которую фирма надеется захватить, и

соответственно той максимальной суммы реализации, на которую она может рассчитывать при полном использовании своих возможностей и ресурсов.

Третий этап. Здесь задачей является прогноз объемов продаж. Иными словами, на этом этапе вам предстоит оценить, сколько реально вы сможете продать (выручить за оказанные услуги) при:

- 1) имеющихся условиях вашей деятельности;
- 2) возможных для вас затратах на рекламу;
- 3) том уровне цен, который вы намерены установить.

А главное, надо оценить, как этот показатель может изменяться месяц за месяцем, квартал за кварталом — на ту перспективу, на которую вы составляете бизнес-план.

Подготовка такого прогноза тоже возможна с помощью методов, которые весьма различаются по типу исходной информации, сложности использования и надежности получаемых результатов.

Самый простой метод — *опрос торговых агентов*. Достоинства этого метода в том, что он позволяет подметить новые тенденции и проблемы в сбыте, а также получить прогнозы сбыта с дифференциацией по регионам и группам покупателей.

Несложен *прогноз на основе анализа доли фирмы на рынке*. При использовании этого метода вначале делается прогноз возможной динамики сбыта на рынке данного товара в целом, а затем прогноз изменения доли фирмы на этом рынке. Хотя этот метод основан на довольно спорных допущениях (об устойчивости доли фирмы в общем объеме продаж или устойчивости динамики этой доли), он позволяет получить достоверные прогнозы тем фирмам, для которых характерно динамичное увеличение своей доли в продажах или, наоборот, устойчивая тенденция к снижению этой доли.

Несложен для использования и *метод экстраполяции*. Он состоит в том, что фирма прогнозирует свой сбыт исходя из устойчивости тенденции изменения объемов своих продаж, полагая, что и далее продажи будут изменяться таким же образом. Например, анализ отчетных данных показывает, что ежегодно на протяжении последних трех лет объемы продаж возрастали на 6%. Соответственно очень заманчиво предположить, что и в будущем году рост составит не менее 6%.

Более сложен, трудоемок и дорогостоящ *метод статистического прогнозирования*. Он основан на использовании методов особой отрасли науки — математической статистики — и может быть реализован только при наличии у фирмы специалистов с соответствующим образованием. При использовании этого метода находятся статистические зави-

симости между динамикой продаж и изменениями уровней отдельных факторов, влияющих на них.

Наиболее дорогостоящим, а потому оправдывающим себя только в определенных ситуациях является *метод пробного маркетинга*. Он состоит в том, что в течение строго ограниченного периода времени в рамках четко очерченного регионального рынка ведутся пробные продажи нового товара. Этот метод целесообразно применять в тех случаях, когда фирма:

- 1) готовится к массовому производству совершенно нового для рынка товара;
- 2) пытается войти на совершенно новый для себя рынок;
- 3) готовится принципиально поменять свою маркетинговую политику.

Недостатки этого метода состоят в:

- 1) его дороговизне;
- 2) возможности получения конкурентами упреждающей информации о ваших планах;
- 3) возможном завышении потенциала продаж (ведь может быть, что большой объем продаж вызван только тем, что товар оказался покупателям в новинку и его нигде больше не продают).

§ 3.6. Оценка конкурентов

Если бы фирма действовала на рынке одна, то ей достаточно было бы просто оценить емкость выбранного сегмента рынка. Но, как правило, рядом с вами всегда будут действовать и конкуренты. А значит, в бизнес-плане нужно описать их характеристики, а главное, как вы предполагаете побеждать в конкурентной борьбе. Соответственно третий раздел бизнес-плана называется «Возможные конкуренты».

В этом разделе вы должны сообщить вашим потенциальным партнерам и инвесторам все, что вы знаете о конкуренции на том рынке, куда должна поступить ваша продукция. Конкретно же вы должны быть способны ответить на следующие вопросы:

- 1) кто является крупнейшим производителем аналогичных товаров?
- 2) как обстоят дела ваших конкурентов:
 - с объемами продаж?
 - с доходами?
 - с внедрением новых моделей?
 - с техническим сервисом (если речь идет о машинах и оборудовании)?

- 3) много ли внимания и средств они уделяют рекламе своих изделий?
- 4) что собой представляет их продукция:
 - основные характеристики?
 - уровень качества?
 - дизайн?
 - мнение покупателей?
- 5) каков уровень цен на продукцию конкурентов?
- 6) какова хотя бы в общих чертах их политика цен?

Отвечая на эти вопросы, вы должны всеми силами стараться избежать серьезной ошибки при составлении бизнес-плана — лакировки действительности. Казалось бы, ну какой вам смысл хвалить продукцию ваших конкурентов в собственном бизнес-плане, вызывая сомнения у банка или инвесторов в успехе ваших планов прорыва на этот рынок? Не лучше ли о чем-то умолчать, что-то сказать как бы мельком, но зато сделать упор на реальные или мнимые слабости конкурентов?

Не поддавайтесь этому соблазну. Если вы хотите утвердиться в этой отрасли надолго, то дороже всего для вас должна быть собственная репутация. Дело даже не в этических нормах (хотя они в современном бизнесе тоже вещь далеко не последняя, во всяком случае в отношениях с партнерами). Дело в самом прямом значении слов.

Не исключено, что вам (в этом ли разделе бизнес-плана, в другом ли) удастся ввести в заблуждение будущих инвесторов и получить от них деньги, а дела пойдут не столь удачно, как вы рассчитывали.

Тогда за вами закрепится репутация в лучшем случае низкоквалифицированного предпринимателя, в худшем — злостного обманщика. И получение следующих порций кредитных или инвестиционных вливаний (а без них не может обойтись ни один растущий предприниматель) окажется для вас куда более сложным, а главное, обойдется дороже. Не забывайте, что первый, очень простой принцип рынка капиталов гласит: чем рискованнее вложение, тем дороже оно обходится заемщику. Причина проста — инвестор закладывает в ставку процента резерв страхования от неудач.

Поэтому лучше оценивать ваших конкурентов предельно трезво, но не бояться их, а указывать те пробелы в их стратегии или качественных характеристиках товаров, которые открывают для вас реальный шанс добиться успеха. Вот тогда вам гарантированы уважение инвесторов и более высокие шансы на получение средств.

При этом, помня о рассмотренных нами выше стратегиях обеспечения конкурентоспособности, вы можете выбрать для борьбы с деловыми соперниками курс либо на ценовую конкуренцию (предлагая

аналогичный товар по более низкой цене), либо на конкуренцию качества (продажа по той же цене, что у конкурентов, более качественного или более универсального товара), либо, наконец, на конкуренцию сервиса (обеспечивая свои изделия более надежным послепродажным сервисом).

При трезвой оценке конкурентов и взвешенном формировании политики фирмы можно обеспечить себе конкурентоспособность в борьбе даже с самыми грозными соперниками.

Поэтому, анализируя деятельность конкурентов, старайтесь учесть все факторы, влияющие на спрос покупателей, не ограничивайтесь только самыми бросающимися в глаза параметрами: ценой и основными качественными характеристиками. Постарайтесь понять, что на самом деле важно для ваших будущих клиентов и как вы сможете удовлетворить эти их потребности к большей выгоде для своего дела.

В итоге вы сможете получить действительно достоверную оценку возможного для вас объема продаж.

Ну а если вы не видите в рядах конкурентов никакой щелочки, через которую можно было бы просочиться на рынок, тогда вам лучше попытаться приложить свою энергию в другой сфере: этот рынок может принести вам лишь неудачи.

§ 3.7. Основные элементы плана маркетинга

Четвертый раздел бизнес-плана называется «План маркетинга».

Он посвящен обоснованию того набора приемов маркетинга, который позволит обеспечить реализацию прогноза продаж товаров фирмы.

Здесь вам предстоит продумать и объяснить потенциальным партнерам или инвесторам основные элементы своего плана маркетинга (маркетинговый набор). В число этих основных элементов обычно включают:

- 1) схему распространения товаров;
- 2) методы ценообразования;
- 3) рекламу;
- 4) методы стимулирования продаж;
- 5) способы организации послепродажного обслуживания клиентов (для технических товаров);
- 6) формирование общественного мнения о фирме и ее товарах.

В плане маркетинга (для небольшого коммерческого проекта он обычно излагается на 3–4 машинописных страницах) вы должны дать ответы на вопросы о том, как вы будете:

- 1) продавать свой товар — через собственные фирменные магазины или через оптовые торговые организации;

2) определять цены на свои товары и какой уровень прибыльности на вложенные средства собираетесь реализовать;

3) организовывать рекламу и сколько примерно средств собираетесь на это выделить;

4) добиваться постоянного роста объемов продаж — за счет расширения района сбыта или за счет поиска новых форм привлечения покупателей;

5) организовывать службу сервиса и сколько на это потребуется средств;

6) добиваться хорошей репутации своих товаров и самой фирмы в глазах общественности (того, что называется «паблик рилейшнз»).

Рассмотреть все аспекты обоснования плана маркетинга в рамках настоящего учебника невозможно, а потому остановимся лишь на самых важных.

§ 3.8. Организация сбыта товаров

Как мы уже узнали выше, сбыт товаров может быть организован различными способами, т. е. с использованием всевозможных каналов сбыта.

Возникновение каналов сбыта, включающих посредников, произошло благодаря тому, что эти посредники оказались способны выполнять для изготовителей ряд очень полезных функций, в том числе:

1) исследовательскую (сбор информации, облегчающей выработку производственной и маркетинговой политики изготовителя);

2) стимулирования (участие в формировании у покупателей желания купить товар);

3) установления контактов (налаживание и поддержание прямых контактов с конечными покупателями);

4) приспособления товара к нуждам покупателей (проведение дополнительных операций с товаром, создающих покупателю дополнительные удобства при его покупке);

5) переговорную (участие в поиске вместе с изготовителем и конечным покупателем того компромиссного сочетания условий продажи, при которых покупатель согласен будет приобрести товар);

6) организации товаропродвижения (выполнение части операций, связанных с физическим перемещением товаров от изготовителей к покупателям);

7) финансирования (частичное покрытие затрат по организации товаропродвижения за счет собственных средств);

8) снижения риска (принятие на себя части ответственности за организацию функционирования данного канала товаропродвижения).

Как же выбрать предпочтительный вид канала товаропродвижения? Ответ на этот вопрос зависит от того, какие из вышеперечисленных функций фирма готова выполнять сама, а какие хотела бы переложить на специалистов-посредников.

Прямые каналы товаропродвижения (когда фирма имеет дело непосредственно с конечным покупателем, например физическим лицом) предпочтительны для фирм, которые:

- 1) хотят и реально могут контролировать свою маркетинговую программу;
- 2) стремятся к тесному контакту с покупателями;
- 3) могут продавать свою продукцию на ограниченных и весьма специализированных рынках.

Косвенные каналы сбыта (когда фирма имеет дело только с оптовыми и розничными торговыми фирмами, но не с конечными покупателями), напротив, обычно выбираются фирмами, которые:

- 1) производят товар для потенциально обширного неспециализированного рынка;
- 2) стремятся к максимальному расширению масштабов сбыта;
- 3) готовы или вынуждены отказаться от осуществления полного контроля за всеми стадиями товаропродвижения;
- 4) способны продавать посредникам товары по ценам, позволяющим сохранять их конкурентоспособность вплоть до приобретения конечным покупателем.

При этом надо всегда иметь в виду, что удлинение канала сбыта обычно ведет к расширению рынка сбыта, но одновременно порождает и удорожание товара, снижающее его конкурентоспособность. Причиной тому — затраты на организацию продажи товара, называемые обычно издержками обращения. Поэтому выбор оптимальной схемы каналов товаропродвижения — сложная экономическая задача, для решения которой необходимы сведения о возможном росте стоимости товара в каждом из отсеков канала его продвижения к покупателям, а также сопоставление с ценами конкурирующих товаров.

§ 3.9. Методы ценообразования

Процесс формирования фирмой рыночных цен на свои товары включает в себя как минимум семь этапов:

- 1) постановка задач ценообразования;

- 2) определение спроса;
- 3) оценка затрат;
- 4) проведение анализа цен и товаров конкурентов;
- 5) выбор метода установления цен;
- 6) определение окончательной цены и правил ее будущих изменений;
- 7) учет мер государственного регулирования цен.

1. *Постановка задач ценообразования.* На этом этапе предприниматель или руководитель фирмы должен попытаться ответить на вопрос: чего желательно добиться с помощью политики цен на свои товары? Ответы на этот вопрос могут быть самыми различными.

Возможно, например, что больше всего фирму интересует увеличение объема продаж, завоевание репутации и захват как можно большей доли рынка (привлечение наибольшего числа покупателей). В этом случае может оказаться полезной политика ценового проникновения, предполагающая установление первоначально пониженных цен на продукцию, т. е. обращение к модели ценовой конкуренции.

Но у фирмы может быть и совсем иная первоочередная коммерческая цель, например получение побыстрее наибольшей прибыли. Тогда фирма может устанавливать цены с высокой долей прибыли (если, конечно, состояние рынка и качество ее товаров позволяют надеяться на их сбыт даже при такой цене).

2. *Определение спроса на товары.* Специалист по маркетингу сформулировал бы эту задачу иначе: «определение эластичности спроса на ваши товары от цен, по которым вы хотите их продавать». И действительно, речь идет о том, чтобы определить не емкость рынка вообще (как мы это делали выше, говоря об оценке будущего рынка сбыта), а то, сколько товаров можно будет продать при различных уровнях цен. В идеале желательно иметь возможность построить математическую или графическую зависимость возможного объема ваших продаж от уровней цен (типа тех кривых, которые мы рассматривали, изучая закономерности формирования спроса).

Точная оценка формы кривой эластичности спроса — дело довольно сложное и дорогостоящее, требующее привлечения специалистов. Но обойтись без оценки хотя бы примерного вида этой кривой нельзя. Поэтому, если у фирмы нет средств на проведение таких исследований или трудно отыскать специалистов-маркетологов, надо пытаться определить абрис этой кривой хотя бы приближенно, на основе экспертных оценок опытных специалистов по торговле товарами того типа, который вы собираетесь выпускать. Пусть они, опираясь на свой опыт и знание рынка, скажут, сколько примерно товаров можно будет продать при том

или ином уровне цен, а также при каком уровне цен может начаться за-товаривание и покупатели вообще не станут брать этот товар.

Наконец, экспертная оценка эластичности спроса от цен покажет ту максимальную цену, по которой товар фирмы вообще может быть принят рынком. Но максимальная цена — это не то же самое, что наилучшая цена, и дальше мы в этом убедимся.

3. *Оценка затрат.* Оценка затрат, а затем и поиск путей их снижения — занятие, обязательное для любого разумного предпринимателя. Ведь от уровня затрат зависит экономическая модель его поведения, названная нами выше предложением. Чем выше затраты фирмы, тем выше цена, при которой производство товаров становится для фирмы выгодным, и тем уже ее границы маневрирования этой ценой для расширения продаж.

Формула определения минимально приемлемого для фирмы уровня цены очень проста:

$$C_{\text{мин}} = C : (1 - П),$$

где $C_{\text{мин}}$ — минимально приемлемый для фирмы уровень цены, C — средние затраты на производство единицы товара, $П$ — минимально приемлемая для фирмы доля прибыли в цене.

Для определения средних затрат фирмы на изготовление единицы продукции надо подсчитать все затраты, необходимые для осуществления фирмой своей деятельности. При этом расчет затрат всегда идет применительно к какому-то временному периоду: месяцу, кварталу или году.

Например, если для обеспечения работы фирмы вам придется ежемесячно:

- 1) платить за аренду помещения 2 млн руб.;
- 2) платить за освещение и коммунальные услуги 80 тыс. руб.;
- 3) выплачивать трем сотрудникам заработную плату на общую сумму 1200 тыс. руб.;
- 4) покупать материалы на 2 млн руб., то это значит, что ежемесячная сумма ваших затрат составит 5 млн 280 тыс. руб. И если за месяц вы изготавливаете, допустим, 100 единиц товара, то средние затраты в расчете на единицу товара составят 52,8 тыс. руб. (5 млн. 280 тыс. руб./100 единиц).

Но устанавливать цену на ваш товар, основываясь только на собственных затратах и вашем представлении о желаемой прибыльности продаж, можно только в том случае, если вы на рынке монополист. Если же у вас есть конкуренты, то настало время оглянуться на них и перейти к следующему этапу — проведению анализа цен и товаров конкурентов.

§ 3.10. Проведение анализа цен и товаров конкурентов

Это одна из самых сложных задач при подготовке бизнес-плана. Дело в том, что в реально функционирующей рыночной экономике информация о ценах по конкретным сделкам чаще всего является коммерческой тайной изготовителя и добраться до такой информации крайне сложно. Публикуются и объявляются лишь так называемые цены предложения. Но эти цены обычно заметно отличаются от цен реальных поставок из-за использования разнообразных скидок — о них речь пойдет чуть дальше.

Изучение товаров и цен конкурентов преследует вполне конкретную цель — определить так называемую цену безразличия.

Цена безразличия — стоимость товара, при которой покупателю равновыгодна покупка аналогичных товаров различных фирм.

Определив же эту цену, вы можете, оттолкнувшись от нее, решить, за счет чего вы преодолеете такое «безразличие», и добиться, чтобы покупали все же именно у вас: за счет понижения цены, повышения качества, изменения условий платежа или улучшения сервиса.

Естественно, что для каждой фирмы решение такого рода будет нестандартным, зависящим от особенностей ее товара, репутации и возможностей.

Оценив товары и цены ваших конкурентов, можно переходить к следующему этапу ценообразования — выбору постоянно используемого метода установления цен.

§ 3.11. Выбор метода установления цен

Практика рыночного ценообразования знает несколько наиболее широко распространенных методов.

Первый из них носит название затратного и очень удобен своей простотой. Суть его в том, что фирма определяет свои полные затраты на производство и сбыт товара и добавляет к ним желаемую величину прибыли (именно этот метод мы подробно разбирали выше).

Но применять такой метод можно только в том случае, если на рынке у вас нет конкурентов и вы не опасаетесь их появления. В противном случае такой метод ценообразования может оказаться очень опасным, если на рынок вторгнутся конкуренты с более низкими уровнями за-

трат на производство, чем у вас. Им не составит особого труда установить на свои товары более низкие цены и быстро вытеснить вас с рынка, потому что вы не сможете пойти на такое же снижение цен — не позволит высокий уровень себестоимости.

Еще один метод ценообразования получил образное название «глупое следование за конкурентом».

Его смысл тоже несложен: вы определяете, кто на вашем рынке является лидером по объемам продаж и пользуется наиболее громкой репутацией. Далее вы узнаете примерный уровень его цен и распространяете его и на собственные товары. Логика такого решения вполне отчетлива: раз эта фирма — лидер рынка, то она диктует на нем условия, и покупатели считают ее цены нормальными, а значит, сочтут таковыми и ваши цены, если они впишутся в уже сложившийся ценовой ряд и будут оправданы качеством ваших товаров. Этот метод приемлем и удобен для малых фирм, которым не по карману проводить собственные маркетинговые исследования и которые вынуждены полагаться на квалификацию маркетологов фирм-лидеров, формирующих политику цен этих «китов» рынка.

Тем не менее в названии этого метода не зря присутствует прилагательное «глупое». Дело в том, что, избрав подобный метод ценообразования, вы намертво привязываете себя к фирме-лидеру и теряете самостоятельность в коммерческих решениях. Более того, эта зависимость для вас даже опасна, если фирма-лидер, опираясь на втайне проведенную ею модернизацию, вдруг пойдет на существенное снижение цен. И может оказаться, что вам не по силам и далее удерживаться в фарватере, а к альтернативной коммерческой стратегии вы будете не готовы...

И наконец, самый сложный, но и самый надежный метод ценообразования, который можно назвать затратно-маркетинговым, поскольку он сочетает анализ себестоимости (рассмотренный нами выше) и формирование цен с учетом вашей маркетинговой тактики. Этот метод невозможно свести к набору формул — он требует творчества, но зато и результаты может приносить исключительные.

Итак, продумав все вышеизложенное, фирма может выбрать для себя метод ценообразования и определить примерный уровень цен, который обеспечит желаемый уровень прибыльности и будет соответствовать рыночной ситуации.

Теперь вам предстоит решить еще одну ценовую задачу — пройти этап установления окончательных размеров цен.

§ 3.12. Установление окончательных размеров цен

Этот этап реализуется уже в ходе конкретных переговоров с вашими покупателями, но готовиться к нему надо заранее. На этом этапе вам предстоит решить две главные задачи:

- 1) создать собственную систему скидок для покупателей и научиться ею пользоваться;
- 2) определить механизм корректировки цен в будущем с учетом стадий жизни вашего товара и инфляционных процессов.

Начнем с первой задачи. Все скидки с цен предложения преследуют одну задачу — привлечь покупателя, предложив ему наиболее заманчивые условия покупки вашего товара. Самая простая из принятых в коммерческой практике скидок — скидка за платеж наличными. С ней вы можете познакомиться в отечественных коммерческих магазинах, где цены некоторых товаров при оплате по безналичному расчету заметно выше, чем при внесении наличных денег прямо в кассу магазина. Причина простая — ускоряется оборот денег, что очень выгодно магазину.

В мировой практике, конечно, никто уже не платит наличными, но и там эта скидка действует, хотя речь идет лишь о проведении безналичного платежа в кратчайшие сроки. Дело в том, что всюду в мире торговля идет в кредит, и потому чем быстрее покупатель расплачивается с продавцом, тем меньше последнему приходится платить банку, одолжившему деньги на ведение дел под залог платежных обязательств покупателей.

Скидка за платеж наличными обычно записывается в контракт в таком виде (цифры, конечно, могут быть любыми): 2/10, нетто 30. Это означает, что покупатель товара имеет право оплатить его в течение 30 дней с момента поставки. Но если он произведет оплату ускоренно (в течение первых 10 дней), то автоматически получает право на скидку в размере 2% стоимости закупленных товаров.

Широко распространены в коммерческой практике также скидки за превышение стандартного размера закупаемой партии и превышение определенного объема закупок за фиксированный период времени. Например, если вы купили за год больше, чем было оговорено в контракте о поставках, значит, получите скидку со стоимости всех товаров, купленных в течение года, а не только с последней партии. В отраслях, связанных с сельским хозяйством и сезонными колебаниями спроса, используются скидки за закупку товаров до начала очередного сезона.

У всех скидок одна общая основа — экономия затрат производителя (продавца) за счет либо уменьшения выплат банку, либо отказа от частой переналадки оборудования благодаря изготовлению крупных

партий одинаковых изделий, либо сокращения складских расходов из-за продаж сезонных товаров до начала сезона и т. д. Отсюда выводится и размер скидки — она представляет собой часть экономии продавца (изготовителя). А уж какую часть — решать вам самостоятельно, исходя из того, сколь легко вы находите покупателей на свой товар.

И, наконец, последний этап формирования цен — учет мер государственного регулирования цен.

§ 3.13. Учет мер государственного регулирования цен

В большинстве стран мира, а уж особенно в нашей, с разбалансированной экономикой, применялись, применяются и будут применяться различные меры государственного лимитирования или регулирования уровней цен и их динамики.

Поэтому, решая вопросы ценообразования для своей фирмы, вам стоит обязательно прикинуть, могут ли эти меры повлиять на вас и как: положительно (например, ваша продукция попадает в число тех товаров, на производство которых изготовителям выдаются дотации) или отрицательно (государственное лимитирование верхних уровней цен может привести к падению вашей прибыльности и даже создать угрозу разорения). Об этом стоит также упомянуть в бизнес-плане.

§ 3.14. Обоснование плана производства

Пятый раздел бизнес-плана называется «План производства».

Его главная задача — доказать вашим потенциальным партнерам, что вы будете в состоянии реально производить нужное количество товаров в нужные сроки и с требуемым качеством. Иными словами, от вас требуется показать, что вы полностью представляете, как поставить дело, и все подготовили к началу коммерческих операций. Для отечественных предпринимателей это сегодня, к сожалению, самый трудный раздел, поскольку нестабильность хозяйственных связей, ненадежность поставщиков и невозможность получить качественные комплектующие и материалы для собственного производства способны отбить охоту заниматься бизнесом даже у самых стойких.

Производственные вопросы — не внутреннее дело фирмы. Во всем мире финансисты до выделения денег вникают во все детали производственного цикла заемщиков, но не для того, чтобы предлагать им свои решения, а чтобы оценить реальность шансов на возврат ссуд, квалификацию руководства фирмы и обоснованность ее планов.

Основные вопросы, на которые нужно ответить в этом разделе бизнес-плана:

- 1) где будут изготавливаться товары — на действующем или вновь создаваемом предприятии?
- 2) какие для этого потребуются производственные мощности и как они будут возрастать год от года?
- 3) где, у кого, на каких условиях будут закупаться сырье, материалы и комплектующие изделия?
- 4) какова репутация этих поставщиков и есть ли уже опыт работы с ними?
- 5) предполагается ли производственная кооперация и с кем?
- 6) возможно ли какое-нибудь лимитирование объемов производства или поставок ресурсов?
- 7) какое оборудование потребуется и где намечается его приобрести?
- 8) возможны ли при этом проблемы и какого рода?

Готовя ответы на эти вопросы, надо основное внимание уделять тому, какими оказываются средние и маргинальные затраты при выборе того или иного варианта организации производственной деятельности. Приступать к написанию этого раздела бизнес-плана можно только при полной уверенности, что вы нашли вариант, при котором и средние, и маргинальные затраты на единицу товара будут ниже, чем при иных схемах производства.

В этом разделе вы должны изложить основные аргументы и расчеты, позволившие вам сделать свой выбор. При этом в российских условиях желательно давать, кроме выбранного наилучшего варианта, еще и запасной — на случай, если ухудшение экономической ситуации в стране не позволит вам организовать свою деятельность по идеальной схеме.

§ 3.15. Выбор поставщиков

Шестой раздел бизнес-плана называется «Обоснование выбора поставщиков».

Ни одна коммерческая фирма не может существовать по модели Робинзона Крузо: все производя сама и ни у кого ничего не покупая. Если вы создаете торговое предприятие, то будете иметь дело, скорее всего, с какими-то оптовыми поставщиками или знакомыми «челноками». Если же создаете производственное предприятие, то у кого-то придется закупать ресурсы для изготовления товаров.

Вопрос о будущих поставщиках чрезвычайно важен и должен волновать вас и ваших инвесторов потому, что от его правильного решения зависят:

- 1) качество производимых (продаваемых) товаров;
- 2) затраты на покупку ресурсов и соответственно затраты на производство;
- 3) стабильность режима поставок и соответственно ритма производства или товарного ассортимента.

Правильная организация снабжения фирмы производственными или товарными ресурсами — одна из важнейших задач ее руководства. Эта задача включает в себя несколько подзадач:

- 1) точно определить потребность в материалах и услугах;
- 2) найти и отобрать поставщиков;
- 3) договориться с поставщиками о ценах и условиях поставок;
- 4) заключить и оформить договоры или бланки заказов;
- 5) поддерживать связи с поставщиками, обеспечивая надежность поставок вплоть до их полного завершения.

Для нахождения наиболее подходящего поставщика вначале необходимо вообще определить круг возможных поставщиков, собрав о них информацию.

Источниками такой информации обычно служат:

- 1) промышленные каталоги, рассылаемые фирмами-поставщиками;
- 2) отраслевые или торговые журналы;
- 3) промышленная реклама, помещаемая в различных изданиях;
- 4) регистры производителей и их товаров, составляемые во многих странах мира отраслевыми ассоциациями производителей;
- 5) сведения, полученные от торговых представителей (агентов), рекламирующих продукцию производителей во время визитов к потенциальным покупателям;
- 6) рекомендации коллег, занимающихся изготовлением аналогичной продукции или торговлей ею (надо сказать, правда, что это наименее надежный источник, так как вы никогда не можете быть до конца уверены в чистоте помыслов рекомендателя).

Выбор поставщика обычно делается по итогам рассмотрения полученной от него детальной информации. Такую информацию надо запросить специальным письмом, в котором следует указать:

- 1) возможный объем закупок в течение года или более короткого срока, если предполагаются частые поставки товаров;
- 2) требования к качеству продукции с подробной детализацией основных параметров;
- 3) требования к регулярности и срокам поставок;
- 4) размеры партий при многократных поставках;
- 5) возможные условия оплаты;
- 6) желаемый уровень цен.

В некоторых случаях рациональнее оказывается не искать поставщика самостоятельно, а обратиться к посреднику — оптовой торговой фирме. Такая ситуация возникает при следующих условиях:

- 1) когда производитель впервые обратился к изготовлению того вида изделий, для которых ему нужны ресурсы;
- 2) когда производитель не обладает квалифицированным собственным персоналом, способным найти эффективного поставщика;
- 3) когда необходим большой ассортимент поставок, в силу чего комплектацию партий целесообразно производить до отправки на предприятие-получатель.

Одним из наиболее известных институтов оптовой торговли является товарная биржа. При этом следует иметь в виду, что классическая товарная биржа — место массовых спекуляций однородными товарами с несложными качественными характеристиками. Как правило, на биржах ведутся операции с сырьевыми ресурсами — продукцией добывающих отраслей и сельского хозяйства.

Связав продавцов и покупателей всего мира (например, крупнейшая Чикагская товарная биржа имеет связь со 165 тыс. информационно-торговых центров 118 стран, купцы которых могут напрямую участвовать в ее торгах), товарные биржи создали рынок, на котором можно купить и продать товар в любых объемах и в любую минуту. Современная биржевая торговля предполагает использование большого ассортимента методов торговли. Предметом торгога может служить будущий, еще не собранный и не выращенный урожай, а также даже не реальный товар (зерно, хлопок или каучук), а договоры о поставке этого товара в будущем, так называемые **фьючерсы** (от англ. *future* — «будущее»).

Фьючерс — договор о поставке и оплате товара к определенной дате по цене в момент заключения сделки, а не в момент исполнения договора.

Фьючерсная торговля, родившаяся в США в начале 60-х годов прошлого века, ныне стала основной формой биржевых сделок, оттеснив торговлю реальным товаром. Благодаря ей владелец сырьевого ресурса может продать его (т. е. обязаться поставить его покупателю в установленную дату) в тот момент, когда сложившаяся на бирже цена его устраивает и он опасается, что потом она может упасть. Такая фьючерсная торговля дает ему возможность застраховаться от падения цен в будущем и получить деньги для развития своего предприятия. При этом он может выиграть, если цена на момент реальной поставки действительно окажется ниже, а может и проиграть, если цена на самом деле будет

выше той, по которой он заключил сделку. Существуют, правда, методы сокращения риска потерь из-за неверного угадывания цены (хеджирование). Одновременно механизм фьючерсной торговли удобен и для покупателей сырьевых ресурсов. Он позволяет им зафиксировать цены поставки сырьевых ресурсов и тем самым обеспечить прогнозируемость своих финансовых результатов на перспективу.

Выбор наиболее подходящего поставщика требует осуществления комплексной оценки его характеристик. Это обусловлено тем, что не существует такого понятия, как «абсолютно идеальный поставщик». Предпочтение тому или иному поставщику всегда отдается на основе сопоставления, взвешивания его различных характеристик и выбора того из возможных поставщиков, профиль которого наиболее близок к требованиям будущего покупателя.

Очевидно, что изготовитель, осуществляющий массовый выпуск дешевых товаров умеренного качества, будет предпочитать поставщика ресурсов, удовлетворяющего его по следующим параметрам:

- 1) масштаб поставки;
- 2) своевременность поставки;
- 3) дешевизна товаров.

Напротив, изготовитель дорогостоящих престижных товаров выберет для себя как наиболее важные совсем иные параметры поставщика:

- 1) качество поставляемых материалов или деталей;
- 2) стабильность качества;
- 3) своевременность поставки.

Практически единственным достоинством поставщиков, которое ценят все категории заказчиков, является регулярность и своевременность поставок. Недаром во всем мире сейчас широкое распространение получают системы поставки по принципу «точно ко времени», позволяющие вообще ликвидировать на предприятиях-покупателях склады ресурсов.

Трудно найти и покупателя, который бы не уделил внимания готовности поставщика предоставлять скидки с цен поставляемых им ресурсов при определенных условиях закупки этих ресурсов покупателями.

Выбрав поставщика по всем этим критериям, вы рассказываете о нем в данном разделе бизнес-плана и обосновываете свой выбор. Опять-таки в российских условиях желательно указывать еще и запасных поставщиков — на случай, если в деятельности наиболее предпочтительного поставщика возникнут какие-то проблемы.

§ 3.16. Выбор местоположения нового производства

Седьмой раздел бизнес-плана называется «Обоснование местоположения фирмы». Это особенно важно для предприятий, создающих большую нагрузку на окружающую среду, и для мелких предприятий торговли, сервиса и общественного питания.

Одно дело, если будущий магазин или мастерская будут расположены вблизи от метро и мимо них утром и вечером будет проходить масса народа. Совсем другое — если магазин удастся разместить только внутри микрорайона и он будет незаметен с улиц, по которым идет основной людской поток. Впрочем, если микрорайон достаточно велик и рядом нет конкурирующих магазинов или мастерских, то преуспеть можно и в таких условиях. Но надо этот вопрос тщательно изучить, приглядевшись, например, к тому, где обычно совершают покупки местные жители, и узнав, сколько народу здесь живет.

Методы выбора местоположения варьируются в зависимости от характера будущей деятельности фирмы. Например, для розничного магазина этот процесс может включать в себя последовательное сужение круга поисков на основе оценки ответов на ряд важных вопросов.

Выбор города:

- 1) растет ли этот город и если да, то как быстро и какие районы в нем развиваются особенно интенсивно?
- 2) какова структура общей численности жителей города по возрасту, уровню доходов и занятиям?
- 3) сколько аналогичных магазинов уже есть в городе? Где они размещены и насколько преуспевают?

Выбор района в городе:

- 4) что жители района чаще всего покупают в аналогичных, уже действующих магазинах?
- 5) кто живет в этом районе и растет ли его население? Велика ли здесь доля иностранцев?
- 6) люди каких профессий преобладают в этом районе?
- 7) люди какого возраста преобладают в этом районе?
- 8) каков примерный средний уровень доходов жителей этого района?
- 9) много ли в этом районе аналогичных магазинов?

Выбор местоположения внутри района:

- 10) хорошо ли обстоят дела у соседних коммерческих предприятий?
- 11) насколько близко расположен ближайший конкурирующий магазин?

- 12) много ли вокруг места для парковки машин?
- 13) какова возможность расширения магазина в будущем?
- 14) много ли жителей проходит ежедневно мимо магазина?
- 15) возможны ли проблемы с санитарной инспекцией?

При размещении производственного предприятия будущий предприниматель должен принимать решение на основе сопоставления следующих переменных:

- 1) потенциальной выручки от продаж;
- 2) затрат на производство;
- 3) транспортных затрат.

Для решения этой задачи все возможные варианты размещения должны быть тщательно проанализированы с точки зрения:

- 1) удобства транспортных подъездов;
- 2) наличия местных квалифицированных трудовых ресурсов;
- 3) близости к источникам сырья или рынкам сбыта;
- 4) наличия энергетических и водных ресурсов;
- 5) экологических нормативов.

Итогом анализа должно быть сопоставление двух главных переменных:

- 1) затрат на создание фирмы именно в этом месте;
- 2) возможной выручки фирмы при расположении в этом месте.

Весьма желательно, чтобы в бизнес-план была включена копия карты той местности, где будет размещена фирма. Для городских фирм это может быть, например, увеличенная копия фрагмента карты города. На ней вы показываете, где будет размещаться ваша фирма и где находятся, скажем, основные клиенты или поставщики.

§ 3.17. Выбор организационной формы

Восьмой раздел бизнес-плана называется «Организационно-правовая форма коммерческой деятельности».

В этом разделе бизнес-плана, который особенно важен для новых предприятий и фирм, вы должны указать ту форму, в которой намечается вести дела. Практически речь идет о форме собственности и правовом статусе организации: индивидуальная фирма, товарищество, кооператив, открытая или закрытая акционерная компания, совместное предприятие и т. д. Каждая из этих форм имеет свои особенности, свои плюсы и минусы, которые тоже могут повлиять на успех вашего проекта.

Хорошо, если вы будете готовить его вместе с юристом. Надо только правильно его подобрать. Лучше договориться о консультациях с

юрисконсультom одной из действующих коммерческих фирм. Конечно, его услуги будут недешевы, но вы можете договориться о почасовой оплате и тщательно готовиться к таким встречам, чтобы сделать их максимально краткими и информативными.

Конкретное наполнение этого раздела зависит от выбранной вами формы организации. Одно дело, если вы собираетесь создать единоличную частную фирму. И другое — если вы собираетесь создавать акционерное общество и вам надо объяснить будущее распределение акционерного капитала между возможными акционерами. Но главное, вы должны обосновать причины выбора той или иной формы собственности и организации дела, наметить возможные перспективы изменения этих форм и объяснить, почему вы считаете такую стратегию наилучшей.

Организация фирм в любой стране издревле регулируется обычаями и законами. Это естественно, поскольку деятельность фирм затрагивает интересы большого числа граждан и государство не может стоять от этого в стороне. Если же оно не занимается регулированием законодательных основ деятельности фирм в должной мере, то последствия оказываются весьма плачевными.

В 1994 г. это ощутили на себе многие тысячи россиян, потерявших огромные суммы сбережений в результате деятельности разных сомнительных финансовых и торговых фирм. Создание и операции таких фирм оказались возможными из-за пробелов в отечественном законодательстве. Поэтому неудивительно, что отечественные законодательные органы были вынуждены ускорить свою работу, и в октябре 1994 г. был наконец принят важнейший для регулирования деятельности фирм документ — Гражданский кодекс (первая часть). Это своего рода хозяйственная конституция, регулирующая все важнейшие стороны работы фирм.

Прежде всего Гражданский кодекс устанавливает, что фирма — это юридическое лицо. Иными словами, с точки зрения закона фирма действует как самостоятельный участник хозяйственной жизни и вовсе не тождественна своим учредителям или владельцам.

Закон допускает создание в России самых различных форм коммерческих организаций. Наше краткое знакомство с этими формами мы поведем дальше все же как экономисты, а не как юристы и попытаемся понять, чем продиктовано возникновение той или иной формы, в чем ее плюсы и минусы.

История развития форм предпринимательства показывает, что прогресс в этой области был обусловлен стремлением найти наиболее рациональные способы:

- организации управления фирмой;
- привлечения денег для ее развития.

Иными словами, человечество искало способы, которые позволяли бы предпринимателям управлять фирмами без особых проблем и в то же время давали возможность собирать суммы, достаточные для ведения хозяйственной деятельности.

Как вы уже знаете, самая простая, древняя и самая распространенная форма хозяйственной организации (не будем здесь говорить о допускаемой законом возможности ведения предпринимательской деятельности без создания фирмы) — индивидуальная (частная) фирма. В российском законодательстве она именуется хозяйственным обществом с единственным участником.

Создатель такой фирмы — ее единоличный и полновластный хозяин. Ему никто не может указывать, что он должен делать, и он ни с кем не обязан делиться своей **чистой прибылью**.

Чистая прибыль — часть прибыли, остающаяся в распоряжении хозяйственной организации после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Но ничто не дается даром, и за право вести дела только по своему собственному усмотрению владелец такой фирмы расплачивается резким ограничением возможностей привлечения денежных средств для ее развития. Изначально такие возможности определяются только тем, сколько свободных денег есть у него самого.

Дальше, конечно, он может попытаться занять денег у друзей или взять кредит в банке. Но шансы у него не очень велики. Ведь разумные люди и уж тем более банки одалживают деньги только под залог. Это значит, что заранее оговаривается, какое имущество должника у него можно будет забрать и продать в погашение **обязательств**, если сам он вовремя расплатиться не сумеет.

Обязательства — действия, которые должник должен совершить в пользу кредитора, например передать имущество, выполнить определенную работу или выплатить оговоренную сумму денег.

Но по российскому законодательству индивидуальная фирма может быть создана только в форме общества с ограниченной ответственностью. Это значит, что залогом здесь может служить только имущество самой фирмы, а если его не хватит для погашения долгов, то требовать продажи, например, личного имущества хозяина фирмы нельзя. Тем самым закон защищает граждан от полного жизненного краха в случае разорения созданных ими фирм. Но соответственно уменьшаются и возможности получения кредитов для развития этих фирм.

Поэтому такие индивидуальные фирмы обычно весьма невелики, так как им не по силам собрать те крупные денежные средства, без которых не создать крупный бизнес. И действуют они чаще всего в сфере торговли и обслуживания.

Индивидуальные фирмы — и самые недолговечные. Ведь такой фирме особенно трудно выкраивать прибыль на развитие. Как правило, это приходится делать за счет части нормальной прибыли. Но доходы от фирмы должны обеспечивать семье хотя бы прожиточный минимум. А если доход невелик, то для поддержания уровня благосостояния своей семьи хозяин вынужден забирать деньги из дела, что скоро приводит к банкротству. Вот почему индивидуальные фирмы всегда создаются в огромном количестве, но большая их часть существует лишь год-два.

Чтобы разрешить проблему нехватки денег для создания крупных коммерческих предприятий, предприниматели освоили еще одну форму хозяйственной организации — **товарищество**.

Товарищество — общее название нескольких форм хозяйственных организаций, предполагающих объединение собственных средств нескольких участников ради совместного ведения дел.

В *полном товариществе* его участники:

1) занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества;

2) несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом;

3) управляют деятельностью товарищества по общему согласию;

4) распределяют между собой прибыль и убытки пропорционально доле каждого в общем (складочном) капитале товарищества (например, член товарищества, внесший при его создании 20% складочного капитала, имеет в дальнейшем право на получение и 20% чистой прибыли);

5) при долгах товарищества каждый его участник отвечает в полной мере, а не пропорционально своей доле в уставном фонде. Такая ответственность называется субсидиарной. Это означает, что если, допустим, из 10 членов товарищества 9 оказались в момент банкротства неимушцами (у них нечего забрать для продажи и погашения долгов фирмы), то все должен будет заплатить десятый партнер — даже если ему придется продать имущества на большую сумму, чем его доля в уставном фонде товарищества.

Товарищество на вере (коммандитное) помогает сократить риск вложения денег в коммерческую деятельность и тем самым облегчает предпринимателям сбор средств для развития этой деятельности.

Достигается это за счет того, что закон разрешает включение в состав товарищества на вере участников с разными правами и обязанностями:

1) полных товарищей, которые осуществляют руководство фирмой и неограниченно отвечают собственным имуществом по обязательствам фирмы;

2) вкладчиков (коммандитистов), которые просто вносят в создание фирмы некоторую сумму денег, но не участвуют в ее деятельности или управлении ею.

Выгода для вкладчиков состоит в том, что они могут получать прибыль от коммерческой деятельности, если вложат деньги в товарищество на вере, но при этом их собственный риск минимален. Они не несут полной ответственности за неудачи фирмы — это удел только полных товарищей. А потому при банкротстве товарищества на вере вкладчики теряют только ту сумму денег, что некогда внесли в складочный капитал товарищества.

Товарищества и индивидуальные фирмы долго были основной формой коммерческих организаций. Но со временем развитие производства потребовало создания таких крупных фирм, что собрать средства для них в рамках прежних способов стало крайне трудно. И тогда предприниматели сделали следующий шаг — усовершенствовали форму товарищества на вере и превратили его в акционерное общество.

Акционерное общество (АО) — это хозяйственная организация, имеющая следующие особенности:

1) число совладельцев неограничено (если это открытое акционерное общество);

2) каждый совладелец имеет право на часть прибылей АО;

3) каждый владелец обычной акции имеет право на участие в управлении АО;

4) каждый владелец акций может свободно продавать свои права на часть имущества и доходов АО, а также на участие в управлении им;

5) акционеры отвечают по обязательствам АО только в пределах суммы, которую они вложили в дело, когда покупали акции, но не должны осуществлять дополнительных выплат кредиторам АО, если оно разорится.

Наибольшую свободу действий индивидуальному предпринимателю (владельцу) дает общество с ограниченной ответственностью. Но у такой фирмы и минимальные возможности привлечения денег.

На другом полюсе — акционерное общество. Здесь роль отдельного владельца минимальна (он всего лишь «один из многих»). Но зато возможности для сбора крупных денежных сумм здесь максимальны.

Товарищества же всех форм занимают в этой системе координат промежуточное положение.

В какой бы форме ни создавалась хозяйственная организация, это всегда рискованное предприятие. Оно может обогатить своих зачинателей, но может и лишить их всех сбережений, а то и здоровья, подорванного нервотрепкой при разорении фирмы. И хотя любая фирма — частное дело ее владельцев, успех этого дела вовсе не безразличен обществу в целом. От устойчивости и процветания фирм в любой стране зависит слишком многое: и насыщенность рынка, и уровень цен на товары, и возможности занятости, и величина налоговых поступлений в государственный бюджет.

§ 3.18. Организация деятельности фирмы

Девятый раздел бизнес-плана называется «Организационная структура фирмы».

В нем необходимо обосновать тип организационной структуры, который будет использоваться при создании фирмы или реализации проекта развития ее деятельности в соответствии с бизнес-планом. Практика управления фирмами знает много разных вариантов таких структур.

При этом нельзя однозначно утверждать, что всегда лучше та структура, где число управленцев меньше, а число работников, непосредственно занятых производством товаров или оказанием услуг, больше. Это зависит от типа операций фирмы, от квалификации руководителей, их способности руководить большим числом подчиненных и многих других факторов.

Кроме того, структура организации может различаться не только по числу уровней управления, но и по характеру построения управленческих связей. Например, организационная структура фирмы может быть построена по пространственно-целевому или по функциональному принципу.

При пространственно-целевом принципе подразделения фирмы образуются исходя из места их расположения или обслуживаемого региона либо из того, какую продукцию они производят. Скажем, на машиностроительных заводах обычно выделяют подразделения (цеха), которые занимаются изготовлением определенного типа узлов, а также сборочный цех.

При функциональном принципе подразделения фирмы образуются исходя из того, какого рода деятельностью они должны заниматься. Именно по этому принципу формируются отделы снабжения, сбыта, бухгалтерия и т. д.

Возможно и комбинирование принципов построения организационных структур. Здесь все зависит от опыта руководителей, стоящих перед ними задач и имеющихся людских ресурсов. Но в любом случае выбор организационной структуры должен быть обоснован и описан в бизнес-плане. При этом в идеале должно быть показано, как предложенная организационная структура влияет на структуру фонда заработной платы: сколько приходится на заработную плату производственного персонала (переменные затраты) и сколько на заработную плату управленческого персонала (постоянные затраты).

Очень хорошо также, если описание организационной структуры будет включать в себя рисунок, иллюстрирующий организационную схему вашего предприятия. На ней должно быть показано, кто и чем будет заниматься, как все службы будут друг с другом взаимодействовать, как их деятельность намечается координировать и контролировать.

§ 3.19. Организация трудовых отношений в фирме

Десятый раздел бизнес-плана называется «Персонал».

Здесь речь идет о том, с кем вы собираетесь организовывать свое дело и как планируете наладить работу своих сотрудников. Вы должны указать, какие именно специалисты (какого профиля, с каким образованием, каким опытом) и с какой заработной платой вам понадобятся для успешного ведения дел.

В том случае, если часть персонала у вас уже нанята, вы должны дать о своих сотрудниках краткие биографические справки, делая упор на имеющуюся квалификацию, прежний опыт работы и его полезность для предприятия. Целесообразно в этом разделе осветить и вопросы оплаты и стимулирования труда руководящего персонала. Например, будете ли вы применять систему участия в прибылях или намечаете использовать иные формы материального стимулирования.

Полезно тщательно проанализировать и описать в бизнес-плане также организацию трудовых отношений в фирме, в том числе сообщить, имеется ли профсоюз и каковы отношения с его руководителями и трудовым коллективом в целом (например, были ли и когда на предприятии забастовки, что требовали рабочие, сколько забастовки длились и чем завершились, было ли подписано долгосрочное коллективное тру-

довое соглашение). Этот вопрос важен потому, что он позволяет оценить социальный микроклимат на предприятии и опасность возникновения забастовок.

А забастовки — явление крайне опасное для любой фирмы, поскольку они нарушают стабильность ее работы и ставят под угрозу возможность своевременного выполнения обязательств по поставкам. Нарушение таких обязательств может вызвать неожиданные убытки из-за штрафов и даже расторжение контрактов на закупку продукции (услуг) фирмы.

В итоге все расчеты экономической выгоды могут рассыпаться в прах только из-за того, что не были тщательно продуманы вопросы взаимоотношений руководства фирмы с ее рядовыми работниками.

§ 3.20. Элементы финансового плана

Одиннадцатый раздел бизнес-плана называется «Стратегия финансирования». К его подготовке можно приступать лишь в самом конце работы по обоснованию создания новой фирмы или реализации нового коммерческого проекта. Ведь финансовые расчеты должны опираться на информацию предыдущих разделов бизнес-плана, где указано, что вы будете производить, в каком количестве, как будете производить и как сбывать, какие при этом возможны расходы, какие и когда ожидаются доходы.

Начинать этот раздел предпочтительно (если, конечно, речь не идет о вновь создаваемой фирме) с подготовки отчетных документов:

- 1) бухгалтерского баланса (сводного отчета об имуществе фирмы и денежных источниках его формирования);
- 2) справки о финансовых результатах.

При этом лучше, если данные документы будут не просто приведены, но и проанализированы. Это весьма полезно и для самого предпринимателя (руководства фирмы), и для потенциальных инвесторов.

Конечно, окончательный ответ на вопрос, что именно и в каких масштабах компания-заемщик может предложить для обеспечения запрашиваемых средств, требует дополнительного изучения не только материалов баланса. Однако уже такой срез анализа дает основания для первых выводов о том, как шли дела фирмы в прошлом.

Окончательные же выводы об этом можно сделать после дополнительного рассмотрения финансового отчета фирмы (в России он носит название «Отчет о финансовых результатах и их использовании»).

Такой отчет является одним из важнейших финансовых документов любой фирмы. Анализ его структуры дает основания для вывода о состоянии дел в фирме и оценки перспектив ее развития.

Структура финансового отчета проста и логична. Вначале в нем показывается выручка от реализации товаров и услуг фирмы, затем приводятся сведения о затратах на производство реализованной продукции и прочие доходы. В итоге определяется балансовая прибыль (или убыток) фирмы как разница между выручкой от реализации и затратами на реализованную продукцию плюс прочие доходы.

Далее финансовый отчет показывает, как эта прибыль использовалась.

Финансовый отчет обычно интересен нескольким основным группам пользователей:

1) руководству самой фирмы как основа для оценки результатов ее коммерческой деятельности;

2) потенциальным инвесторам для оценки «финансового здоровья» фирмы и ее способности эффективно использовать полученные инвестиции и расплатиться с инвесторами или кредиторами;

3) налоговой инспекции для проверки правильности уплаты налогов;

4) акционерам, желающим определить, как использовались их средства и каковы надежды на дивиденды;

5) конкурентам, стремящимся оценить ваши финансовые возможности на перспективу и состояние в настоящий момент;

6) банкам, желающим знать, как живет предприятие и какую политику по отношению к нему надо проводить.

Баланс и финансовый отчет показывают, как фирма работала в прошлом. Прогнозирование же ее деятельности в будущем при подготовке бизнес-плана начинается с проведения нескольких специальных расчетов.

Первый из них связан с составлением плана доходов и расходов.

План доходов и расходов. Этот план представляет собой документ с довольно простой структурой, показанной ниже. Он опирается на ранее составленные прогнозы продаж и затрат фирмы, сводит их вместе, чтобы оценить, будут ли прибыльными новая фирма или новый проект.

Но прибыльность новой фирмы или проекта еще не гарантирует успеха начинания. Для этого надо еще оценить, будет ли фирма постоянно ликвидна, т. е. обладать свободными денежными средствами в объемах, достаточных для погашения своих долгов. Надо сказать, что проблемы с ликвидностью — серьезнейшая причина коммерческих неудач предпринимателей в рыночной экономике. Чтобы снизить риск такой неудачи, необходимо составлять план денежных поступлений и выплат.

План денежных поступлений и выплат. Главная задача такого плана — проверить синхронность поступления и расходования денежных средств, а значит, проверить будущую ликвидность вашего предприятия при реализации данного проекта.

Под ликвидностью в данном случае мы понимаем способность предприятия своевременно погашать обязательства перед кредиторами за счет средств, находящихся на расчетном счете. А отсюда вытекает крайне важная информация для определения общей стоимости проекта. Действительно, если сбыт вашей продукции будет связан с длительным омертвлением средств в расчетах с покупателями, то для поддержания ликвидности придется первое время делать регулярные дополнительные «впрыскивания» денежных средств, что увеличит вашу потребность в инвестициях.

Чтобы оценить опасность такого развития событий, необходима синхронизация реальных поступлений денежных средств на счет фирмы и ее реальных платежей. Такой расчет проводится с помощью специальных таблиц.

Слово «реальных» мы употребили не случайно. Дело в том, что объем денежной наличности, в отличие от прибыли, изменяется только тогда, когда само предприятие фактически получает платеж или само производит выплату. Например, погашение долга предприятия, по правилам российского бухгалтерского учета, не отражается в затратах, хотя уменьшает сумму наличности (считается, что такое погашение идет из прибыли фирмы).

Поэтому судить об успехе по прибыли опасно, и необходим анализ реальных денежных потоков, «втекающих» на банковский счет фирмы и «вытекающих» с него.

§ 3.2.1. Принципы привлечения инвестиций

Завершив анализ отчетных документов и разработку прогнозов прибылей и денежных поступлений, фирма получает важнейшую информацию:

- 1) будет ли проект прибылен;
- 2) можно ли его реализовать за счет текущих доходов?

Если ответ на первый вопрос положителен, а на второй — отрицателен, то это означает, что за проект браться стоит, но нужно найти дополнительные источники средств для его финансирования, т. е. привлечь новый капитал.

Обдумывая, как это можно сделать, необходимо прежде всего подготовить ответы на следующие вопросы:

- 1) сколько вообще нужно средств для реализации данного проекта?
- 2) откуда намечается получить эти деньги, в какой форме?
- 3) когда можно ожидать полного возврата вложенных средств и получения инвесторами дохода на них?
- 4) каков будет этот доход?

Выше мы уже установили, что привлечение средств с рынка капиталов возможно в форме либо заемных, либо акционерных средств. Теперь следует продумать, какую долю необходимых средств можно и нужно получить в форме кредита, а какую лучше привлечь в виде паевого капитала.

Определение такой структуры финансирования — задача, не имеющая однозначного решения. Обычно считается, что финансирование через кредиты предпочтительно для проектов, связанных с расширением производства на уже действующих (и действующих успешно) предприятиях. С одной стороны, от таких предприятий банкиры не будут требовать повышенной платы за кредит, так как риск вложений здесь меньше, чем для вновь создаваемой фирмы, а с другой — не составит проблемы найти материальное обеспечение кредитов, так как в их качестве могут выступить уже имеющиеся активы.

Для проектов, которые связаны с созданием нового предприятия или реализацией технического новшества, предпочтительным источником финансирования может служить паевой или акционерный капитал. Для таких проектов привлечение кредита даже опасно. Дело в том, что кредитное соглашение обязательно включает жесткую схему платежей, обеспечивающих возврат основной суммы долга и процентов по кредиту в течение срока, указанного в кредитном соглашении. Между тем для новых и венчурных предприятий (т. е. предприятий, создаваемых для выпуска совершенно новой продукции) соблюдение такого календарного графика выплат может оказаться не по силам из-за постепенного нарастания суммы доходов от реализации. В такой ситуации даже вполне перспективные проекты, способные в будущем принести крупные прибыли, могут обанкротиться лишь потому, что не смогут решить проблемы с ликвидностью в первые годы.

Средства же, полученные от партнеров или акционеров, лишены этих недостатков (хотя их собрать иногда куда сложнее, чем получить ссуду в банке). Новое предприятие в первые годы может вообще не платить дивиденды, и это не вызовет возражений акционеров, если прибыль не проедается, а инвестируется в развитие фирмы, что ведет к повышению курса ее акций и укреплению позиции на рынке.

Иногда привлечение средств партнеров и акционеров кажется предпринимателям нежелательным из-за возможности лишиться контрольного пакета акций (т. е. количества акций, позволяющего реально управлять делами акционерной фирмы), размер которого обычно оценивается в 51%. По этому поводу стоит сказать следующее.

Во-первых, на деле контрольный пакет может быть и значительно меньше, чем 51%. При сильно распыленном капитале для контроля над

предприятием может оказаться достаточным и пакета, включающего лишь 10—15% акционерного капитала. Во-вторых, психология «собаки на сене» редко приводит к успеху. Что толку от единоличного владения предприятием, существующего лишь на бумаге? Не лучше ли привлечь состоятельных инвесторов со стороны, чтобы воплотить свои проекты в жизнь?

Важно понимать, что потенциальных инвесторов обычно меньше волнует суть вашего бизнеса, чем такие факторы, как:

- 1) доходность вложений;
- 2) срок их возврата;
- 3) рисковость вложений.

При этом сложившаяся в России практика такова, что особое внимание инвесторы уделяют возможностям экспорта товаров (наличию договоров о продаже за рубеж), рассматривая это как большую гарантию окупаемости вложений, чем при ориентации продаж на внутренний рынок, пораженный экономическим кризисом. Во всех случаях, однако, инвесторы будут требовать от предпринимателя расчетов сроков окупаемости, анализа рисков, обоснования возможности погашения обязательств и обеспечения вплоть до залога имущества.

§ 3.22. Риски в коммерческой деятельности

Двенадцатый раздел бизнес-плана называется «Риски проекта и страхование». Необходимость в подготовке такого раздела связана с тем, что любая коммерческая деятельность в условиях рыночной экономики сопряжена с риском. Это означает, что, создавая фирму или начиная в ее рамках новый проект, владелец должен считаться с возможностью получения вместо прибыли убытков или даже разорения и банкротства. Избежать рисков полностью невозможно, так как никто не в состоянии с абсолютной точностью предсказать развитие событий на товарных рынках или перспективы деятельности фирм-партнеров и покупателей. Но можно научиться оценивать риски и снижать опасность, которую они с собой несут.

С этой целью в данном разделе бизнес-плана:

- 1) определяются все типы рисков;
- 2) указываются организационные меры профилактики рисков;
- 3) разрабатывается программа страхования от рисков.

Существует множество факторов (их еще называют «простые риски»), которые могут помешать реализации проекта или сделать его более дорогим. Простые риски можно подразделить на следующие виды:

- 1) природные (экологические);
- 2) финансово-экономические;
- 3) социальные;
- 4) технические.

Для оценки рисков надо прежде всего составить перечень возможных источников риска, т. е. тех причин, которые могут помешать успешной реализации вашего проекта. Затем надо привлечь экспертов по каждому типу рисков (например, специалистов санитарной инспекции — по экологическим рискам, инженеров — по техническим рискам и т. д.) и попросить их оценить вероятность того, что ваш проект может пострадать от того или иного типа рисков. Принцип такой оценки прост: чем риск вероятнее, тем оценка возможности его наступления ближе к единице — уровню неизбежности наступления нежелательного события (например, аварии или пожара).

Затем, собрав вместе экспертов разных специальностей, надо попытаться определить относительную значимость рисков именно для вашего проекта. Речь идет о том, что риски одних и тех же типов могут представлять разную опасность для различных типов коммерческих проектов. Для одних проектов опаснее риски, связанные с техническими проблемами, для других — с экологическими, для третьих — с проблемами сбыта и т. п.

Проведение ранжирования типов рисков по степени их опасности именно для вашего проекта помогает найти суммарный риск проекта. Он равен среднearифметической величине средних уровней рисков определенных типов, помноженных на значимость каждого типа рисков для вашего проекта. Чем ближе полученная величина к 1 — уровню абсолютной рисковости, тем опаснее ваш проект и тем серьезнее следует обдумать, стоит ли за него вообще браться.

В любом случае, определив уровень рисковости вашего проекта, надо сделать следующий шаг — продумать, как можно эти риски либо снизить, либо от них застраховаться. Соответственно, в бизнес-плане должна быть приведена информация о:

- 1) намечаемых мерах по профилактике рисков (что вы собираетесь для этого сделать, когда и сколько на это придется потратить денежных средств);
- 2) программе страхования для вашего проекта (от каких рисков вы собираетесь страховаться, по какой схеме и сколько это будет стоить).

Например, если риск вашего проекта может быть связан с ненадежностью поставщиков, которые осуществляют поставку нерегулярно, то вы можете предусмотреть два варианта профилактики:

1) заключение протокола о намерениях с резервным поставщиком, которого вы сможете задействовать в критических ситуациях;

2) увеличение размера складских запасов, чтобы хватило даже на случай экстраординарной задержки поставок и можно было не останавливать все производство.

Что касается страхования, т. е. заключения договоров о денежных компенсациях в случае наступления неблагоприятных событий, то ассортимент услуг страховых фирм чрезвычайно широк, и потому остановимся лишь на основных видах страховок, которыми пользуется большинство фирм в мире:

- 1) страхование от пожара;
- 2) страхование от хищений;
- 3) страхование от потерь вследствие злоупотреблений сотрудников;
- 4) страхование от ответственности за несчастные случаи на производстве.

§ 3.23. Понятие о банкротстве фирмы.

Способы разрешения ситуации банкротства

Тщательная проработка бизнес-планов, оценка рисков и их профилактика — важнейшие предпосылки успешного и устойчивого развития любой фирмы. И все же не всегда фирме удастся благополучно справиться с встающими перед ней задачами — например, в силу общего экономического кризиса в стране. И тогда над фирмой может нависнуть угроза банкротства. Об этой угрозе тоже надо знать, помнить и представлять, в чем она состоит и как можно заранее заметить ее нарастание.

Банкротство — термин относительно новый для отечественных бизнесменов, и поэтому надо сначала четко уяснить, что он означает с точки зрения закона. Закон РФ «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» (ноябрь 1992 г.) трактует несостоятельность и банкротство следующим образом:

«Под несостоятельностью (банкротством) предприятия понимается неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая неспособность обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды в связи с превышением обязательств должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника.

Несостоятельность (банкротство) считается имеющей место после признания факта несостоятельности арбитражным судом или после официального объявления о ней должником в случае добровольной ликвидации».

Закон считает, что ситуация несостоятельности (банкротства) возникает в тот момент, когда суммарная величина обязательств должника оказывается больше стоимости его имущества или когда структура его баланса делает сомнительной возможность расплатиться по долгам.

Ситуация банкротства может разрешиться одним из трех способов:

1) фирма-банкрот может быть подвергнута принудительной процедуре реорганизации;

2) фирма-банкрот может быть подвергнута принудительной процедуре ликвидации;

3) банкрот и его кредиторы могут договориться между собой на основе мирового соглашения.

Дела о банкротстве по российскому законодательству должны рассматриваться арбитражным судом. Этот суд может принять к рассмотрению дело о банкротстве по представлению:

1) самого должника;

2) его кредиторов;

3) прокурора.

Должник может подать заявку на объявление себя банкротом и до суда, причем отозвать свое заявление он уже не имеет права. Кредитор может подать иск об объявлении должника банкротом в случае, если тот не погашает долга в течение трех месяцев. Кредитор вправе отозвать свое заявление из арбитражного суда.

Если арбитражный суд примет решение о том, что фирма объявляется несостоятельной, но ее еще можно попытаться спасти, то начинается процедура ее реорганизации. Для этого назначается арбитражный управляющий, который в течение не более чем 18 месяцев должен восстановить платежеспособность должника. В этот период кредиторы не могут требовать с должника погашения его обязательств перед ними — право на это они получают только после завершения процедуры реорганизации.

И лишь если реорганизация также не дала результата или сразу было ясно, что за реорганизацию и браться не стоит, принимается решение об объявлении фирмы банкротом и ее ликвидации. Фирма-банкрот ликвидируется в рамках специальной конкурсной процедуры, которая должна обеспечить соразмерное удовлетворение претензий всех кредиторов. При объявлении арбитражным судом такой процедуры он отстраняет от должности прежнего директора и назначает временного (конкурсного) управляющего, который прежде всего организует инвентаризацию и оценку конкурсной массы (имущества) должника-банкрота. Затем имущество распродается, и из выручки покрываются долги банкрота перед кредиторами.

Такое развитие событий может быть предотвращено, если будет достигнуто мировое соглашение между фирмой-должником и теми, кому она задолжала. Мировое соглашение, которое реально заключить на любом этапе производства по делу о банкротстве, может предусматривать компромисс между сторонами лишь в отношении обязательств, которые закон не относит к первоочередным (т. е. выплаты пенсий по инвалидности, заработной платы наемным работникам, пенсий по старости, выплат по авторским и лицензионным договорам).

§ 3.24. Методы диагностирования опасности банкротства

Опасность оказаться банкротом всегда присутствует в деятельности любой коммерческой фирмы, будь то семейное предприятие, где всего 2—3 сотрудника, или гигантское предприятие с десятками тысяч занятых. Поэтому квалифицированный владелец или менеджер всегда должен сам или с помощью специалистов следить за изменением финансового состояния его фирмы.

Анализ финансового положения фирмы — особая наука, использующая немало изощренных приемов. Но мы расскажем лишь об одном, самом простом из них, который тем не менее позволяет оценить опасность нежелательного развития событий достаточно точно. Речь идет об анализе степени ликвидности фирмы на основе структуры ее бухгалтерского баланса.

Напомним: в терминах бухгалтерского учета имущественное положение фирмы характеризуется величиной и структурой ее активов и пассивов.

Любая фирма может приобрести свои активы только за счет того, что у нее были деньги на их покупку. Информация об источниках этих средств показывается в **пассиве** бухгалтерского баланса.

Пассивы фирмы — все средства, полученные фирмой для осуществления своей деятельности.

Оценка степени ликвидности фирмы по данным ее бухгалтерского баланса состоит в оценке достаточности ее оборотного капитала для нормального ведения дел. О достаточности этого капитала мы можем говорить в том случае, если текущие активы фирмы (то имущество, которым фирма владеет и которое может быть реализовано быстро, так как оно высоколиквидно) больше, чем ее текущие обязательства (те долги, которые фирма должна покрыть за срок менее года).

Такого рода расчеты можно проиллюстрировать на следующем примере (в млн руб.):

Наличные денежные средства
(в кассе и на текущем счете) — 70
Дебиторская задолженность — 300
Запасы — 400
Итого текущие активы — 770
Кредиторская задолженность — 290
Облигации к погашению
(в течение одного года) — 100
Накопленные отложенные
платежи — 140
Начисленные суммы платежей
по подоходному налогу — 170
Итого текущие обязательства — 700
Оборотный капитал — 70 (770 — 700)

Обычно такую оценку достаточности оборотного капитала производят с помощью не абсолютного, а относительного показателя. Он называется общим коэффициентом покрытия. Его расчет производится по формуле:

$$\text{ОКП} = (\text{ТА} - \text{ТО}) : \text{ТО},$$

где ОКП — общий коэффициент покрытия;

ТА — текущие активы;

ТО — текущие обязательства.

Для нашего примера ОКП равен 1,10 (770/700). В мировой практике фирма считается финансово благополучной, если ОКП больше единицы (а чем он ближе к 2, тем более стабильно ее финансовое положение).

§ 3.25. Составление резюме бизнес-плана

Завершая наш краткий разговор об основах организации успешной коммерческой деятельности и моделировании последней с помощью бизнес-плана, напомним, что подготовка этого документа оканчивается составлением резюме.

Резюме — краткое изложение основных особенностей и возможных выгод проекта создания или развития фирмы.

Резюме помещается в самом начале бизнес-плана, но готовится, конечно, в самом конце его составления, когда проработаны (вместе с другими сотрудниками и консультантами) все остальные аспекты вашего проекта.

Работа над резюме особенно важна в тех случаях, когда для создания или расширения фирмы нужно привлечь средства с рынка капиталов и бизнес-план будут читать те, у кого вы собираетесь одалживать деньги. Если оно не произведет благоприятного впечатления, то дальше ваш бизнес-план читать просто не станут и шансов на получение денег не будет.

Объем резюме должен составлять не более двух (а для крупных проектов — четырех) машинописных страниц, а написано оно должно быть предельно просто и лаконично, с минимальным использованием специальных терминов. Главное — разъяснить, что вы собираетесь сделать, чтобы получить прибыль, за счет чего надеетесь обойти конкурентов, чтобы ваш будущий продукт привлекал покупателей и продажи постоянно росли. Последняя страница резюме должна быть посвящена финансовым результатам, которых вы ожидаете от своего проекта в будущем.

Здесь нужно привести сведения о:

- 1) предполагаемых объемах продаж на ближайшие годы;
- 2) выручке;
- 3) затратах на производство;
- 4) общей и чистой (т. е. остающейся после уплаты налогов и других обязательных платежей) прибыли;
- 5) сроке окупаемости и уровне прибыльности вложений в ваше дело.

Обязательно следует отметить срок, в течение которого вы сможете гарантированно вернуть одолженные средства, если прибегаете к банковскому кредиту.

Если вы хотите представить бизнес-план своим будущим кредиторам или инвесторам (в том числе и акционерам), нужно, прежде всего, предельно четко ответить на главный для них вопрос: «Что мы получим при успешной реализации этого бизнес-плана и каков риск потери наших денег?» Впрочем, этот вопрос стоит задать и себе самому, чтобы потом не обнаружить, что ваша фирма приносит прибыль только бухгалтерскую, но не экономическую.

СЛОВАРЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ И ПОНЯТИЙ

А

Активы — все ценное, что человеку, фирме или государству принадлежит на правах собственности.

Акциз — налог, взимаемый с покупателя при приобретении некоторых видов товаров и устанавливаемый обычно в процентах к цене этого товара.

Акционерное общество — хозяйственная организация, совладельцами которой может быть неограниченное число владельцев денежных средств. При этом каждый из них имеет право на часть имущества и доходов АО, а некоторые — и на участие в управлении им.

Б

Бартер — прямой обмен одних товаров или услуг на другие без использования денег.

Бедность — уровень жизни семьи, при котором ее доходы позволяют приобретать лишь небольшую часть стандартного для данной страны набора благ и услуг, образующего основу определения стоимости жизни в данной стране.

Безналичные денежные средства — суммы, хранящиеся на счетах граждан, фирм и организаций в банках и используемые для расчетов путем изменения записей в банках о том, кому какая сумма таких денежных средств принадлежит.

Безработица — наличие в стране людей, которые способны и желают трудиться по найму при сложившемся уровне оплаты труда, но не могут найти работу по своей специальности или трудоустроиться вообще.

Блага — все, что ценится людьми как средство удовлетворения их нужд.

Богатство семьи — собственность семьи, свободная от долгов.

Бухгалтерская прибыль — разница между выручкой от реализации и бухгалтерскими затратами фирмы.

Бухгалтерские затраты — общая сумма внешних (явных) затрат фирмы на производство товаров или услуг в течение определенного периода времени.

Бюджет — сводный план сбора доходов и использования полученных средств на покрытие расходов федеральных или местных органов государственной власти.

Бюджет семьи — сводная информация обо всех доходах и расходах семьи за определенный период времени (месяц или год).

В

Величина предложения — объем товара определенного вида (в натуральном измерении), который продавцы готовы (хотят и могут) предложить в течение определенного периода времени на рынок при определенном уровне рыночной цены на этот товар.

Величина спроса — объем товара определенного вида (в натуральном измерении), который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести на протяжении определенного периода времени (месяца, года) при определенном уровне цены этого товара.

Внешние (побочные) эффекты — ущерб (или выгода) от производства какого-либо блага, который приходится нести (или которую можно получить) людям или фирмам, непосредственно не участвующим в купле-продаже этого блага.

Внешний государственный долг — задолженность государственных органов управления перед правительствами, международными банками и финансовыми организациями, предоставившими деньги в заем на основе правительственных соглашений.

Внутренний государственный долг — задолженность государственных органов управления перед гражданами, банками и фирмами своей страны, а также иностранцами, купившими ценные бумаги внутренних займов.

Выручка от продаж — денежная сумма, получаемая при продаже и равная произведению числа проданных товаров на цену, по которой их купили.

Вэлфэр (от англ. *wealth* «богатство») — название денежного пособия для бедняков в США.

Г

Генеральное соглашение — документ по итогам переговоров между правительством, объединениями работодателей и профсоюзов, определяющий общие направления изменения условий купли-продажи рабочей силы в целом по стране.

Гиперинфляция — ситуация в экономике, когда рост общего уровня цен в стране в течение месяца превышает 50% или когда цены за год повышаются на 1000%.

Государственные ценные бумаги — обязательства государства вернуть одолженную сумму плюс процент за использование этих денег.

Государственный долг — сумма ссуд, взятых государственными органами и еще не возвращенных кредиторам.

Граница производственных возможностей — объемы производства, которые могут быть достигнуты страной при наиболее полном использовании имеющихся у нее производственных ресурсов.

Д

Даровые блага — блага, имеющийся объем которых больше потребностей людей и потребление которых одними людьми не приводит к возникновению нехватки этих благ для других.

Демпинг — продажа товара по цене ниже издержек производства или существенно ниже той, что сложилась на данном рынке.

Денежная масса — сумма денег, которой граждане, фирмы и государственные организации страны владеют и которую используют для расчетов и в качестве сбережений.

Деньги — особый товар, который: 1) принимается всеми в обмен на любые другие товары и услуги, 2) позволяет единообразно соизмерить все товары для нужд обмена и учета, а также 3) дает возможность сохранить и накопить часть текущих доходов в форме сбережений.

Дефицит — ситуация на рынке, когда покупатели при существующем уровне цены готовы купить больший объем товаров, чем продавцы при такой цене согласны предложить к продаже.

Дефицит государственного бюджета — финансовая ситуация, возникающая, когда государство намечает осуществить расходы на сумму большую, чем может реально получить доходов за счет всех видов налогов и платежей.

Е

Единая тарифная сетка — общеобязательные правила определения оплаты труда работников, которые заняты в различных государственных организациях, но имеют одинаковую квалификацию, образовательный уровень, трудовой стаж и выполняют сходную работу, в силу чего оплата их труда устанавливается на одном и том же уровне.

Естественная норма безработицы — ситуация, когда в стране существует только фрикционная и структурная безработицы.

З

Завещание — юридически оформленное дарение богатства, вступающее в силу после смерти его владельца.

Закон предложения — повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен — к ее уменьшению.

Закон спроса — повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, а снижение цен — к ее увеличению.

Закон убывающей предельной производительности факторов производства — если фирма наращивает объем использования только некоторых или одного из факторов производства, то прирост выпуска, приносимый дополнительными объемами этих факторов, в конце концов начнет снижаться.

Закон Энгеля — с ростом доходов семьи удельный вес расходов на питание снижается, доля расходов на одежду, жилище и коммунальные услуги меняется мало, а доля расходов на удовлетворение культурных и иных нематериальных нужд заметно возрастает.

Запасы — объем ресурсов производства, который фирма хранит на своих складах до момента, когда они потребуются для производства товаров или услуг.

И

Избыток (затоваривание) — ситуация, возникающая на рынке, когда при существующем уровне цены продавцы предлагают к продаже больший объем товаров, чем покупатели готовы купить при такой цене.

Инвестирование — направление денег на приобретение дополнительного капитала.

Инфляция — процесс повышения общего уровня цен в стране.

Инфляция затрат — ситуация, когда цены растут в силу повышения затрат на производство.

Инфляция спроса — ситуация, возникающая в том случае, если повышенный спрос предъявляется одновременно на большинстве рынков страны.

Информация — все те сведения, которые необходимы людям для осознанной деятельности в мире экономики.

К

Капитал — весь тот производственно-технический аппарат, который люди создали из вещества природы для увеличения своих сил и расширения возможностей изготовления необходимых им благ.

Картель — метод монополизации рынка, состоящий в заключении соглашения между изготовителями однородного товара о разделе рынка между ними и согласовании объемов продаж и цен каждого из членов картеля.

Командная экономическая система (социализм) — способ организации экономической жизни, при котором капитал и земля находятся в собственности государства, а распределение ограниченных ресурсов осуществляется по указаниям центральных органов управления и в соответствии с планами.

Конкуренция — экономическое соперничество за право получения большей доли определенного вида ограниченных ресурсов.

Косвенный налог — налоговый платеж, который не вносится гражданином прямо в государственную казну, а сначала накапливается у продавцов определенных товаров, которые затем и перечисляют собравшиеся у них суммы налогов государству.

Кривая Лоренца — график, который позволяет оценить, насколько реальное распределение доходов страны между семьями отличается от абсолютного равенства и абсолютного неравенства.

Л

Ликвидность — степень легкости, с которой какие-либо активы могут быть превращены владельцем в деньги.

М

Маржинальные (предельные) затраты — реальная сумма затрат, в которую обходится изготовление каждой дополнительной единицы продукции.

Механизм цен — формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне.

Монополизация рынка — ситуация, когда на кого-то из продавцов или покупателей приходится такая большая доля общего объема продаж или покупок на конкретном товарном рынке, что он может влиять на формирование цен и условий сделок в большей мере, чем остальные участники этого рынка.

Монополия — ситуация, возникающая на рынке при наличии только одного покупателя товаров (монопсониста), который в силу своего исключительного положения может диктовать всем продавцам условия приобретения этих товаров, и прежде всего их цену.

Н

Наличные денежные средства — бумажные деньги и разменная монета.

Налогообложение — определенный законодательством страны механизм изъятия части доходов граждан и фирм в пользу государства для оплаты расходов федеральных и местных органов власти.

Неполная занятость — ситуация, при которой работник формально числится занятым, но заработной платы не получает, так как находится в вынужденном отпуске, или получает лишь часть своей нормальной оплаты, так как трудится неполный рабочий день.

Неравенство богатства — различия в суммах регулярно получаемых номинальных доходов (в расчете на одного члена семьи) и рыночной ценности принадлежащей семьям собственности.

Номинальный доход — сумма денег, полученная гражданином или семьей в целом за определенный период времени.

Нормальная прибыль — доход, который реально мог бы быть получен собственником капитала при вложении средств не в собственное дело, а в другие коммерческие и финансовые проекты с тем же уровнем риска.

О

Общественные блага — товары или услуги, которыми люди пользуются совместно и которые не могут быть закреплены в чьей-то частной собственности.

Общие затраты — расходы на приобретение всего объема ресурсов, который фирма использовала для организации производства определенного объема продукции.

Обязательства — действия, которые должник должен совершить в пользу кредитора, например передать имущество, выполнить определенную работу или выплатить оговоренную сумму денег.

Ограниченность — недостаточность объема имеющихся ресурсов всех видов для производства того объема благ, который люди хотели бы получить.

Олигополия — рынок, на котором конкуренция происходит лишь между небольшим числом фирм, вытеснивших остальных соперников.

П

Переменные затраты — затраты, которые можно изменить в краткосрочном периоде и которые поэтому растут (сокращаются) при любом увеличении (уменьшении) объемов производства.

Покупательная способность денег — объем благ и услуг, который может быть приобретен на некоторое количество денег в данный момент времени.

Постоянные затраты — затраты, которые нельзя изменить в краткосрочном периоде и которые поэтому остаются одними и теми же при небольших изменениях объемов производства товаров или услуг.

Полщина — плата, взимаемая государством с граждан и хозяйственных организаций за оказание им определенного вида услуг.

Предельная (маржинальная) полезность блага — выгода (польза), получаемая от дополнительно использованной единицы блага.

Предельные (маржинальные) затраты — реальная сумма затрат, в которую ободится изготовление каждой дополнительной единицы продукции.

Предложение — сложившаяся в определенный период времени зависимость величин предложения на рынке определенного товара в течение определенного периода времени (месяца, года) от уровней цен, по которым этот товар может быть продан.

Предприниматель — человек, который на свои и заемные средства и под свой риск создает фирму, чтобы, соединяя производственные ресурсы, создавать блага, продажа которых принесет ему прибыль.

Предпринимательство — оказываемые обществу услуги особого рода, состоящие в создании новых коммерческих организаций, называемых фирмами, для производства и распределения жизненных благ.

Прибыль — превышение выручки от продаж товаров над общей суммой затрат на их изготовление и продажу.

Прогрессивное налогообложение доходов — система изъятия доходов граждан в пользу государства, при которой доля изымаемых доходов прогрессивно возрастает по мере увеличения абсолютной величины личных доходов гражданина.

Прожиточный минимум — сумма денег, необходимая для приобретения человеком объема продуктов питания не ниже физиологических норм, а также удовлетворения на минимально необходимом уровне его потребностей в одежде, обуви, жилье, транспортных услугах, предметах санитарии и гигиены.

Производительность — объем благ, который удастся получить от использования единицы определенного вида ресурсов в течение фиксированного периода времени.

Производный спрос — спрос на факторы производства, порождаемый необходимостью их использования для производства товаров и услуг.

Производство — превращение вещества природы в блага, необходимые людям.

Профессиональный союз (профсоюз) — организация, представляющая общие интересы наемных работников определенных профессий или определенной отрасли в переговорах с предпринимателями.

Прямой налог — сбор в пользу государства, взимаемый с каждого гражданина или хозяйственной организации.

Р

Рабочая сила — общая численность граждан страны в трудоспособном возрасте, которые имеют работу, и граждан, которые найти работу для себя не могут.

Равновесная цена — цена, позволяющая продать весь объем товаров, который изготовители (продавцы) согласны при такой цене предложить на продажу.

Реальный доход — объем товаров и услуг, который гражданин или семья может приобрести в определенный период времени на свои номинальные доходы.

Рынок в состоянии равновесия — ситуация, которая является лучшим из возможных компромиссов между интересами продавцов и покупателей.

Рынок труда — совокупность экономических и юридических процедур, позволяющих людям обменять свои трудовые услуги на заработную плату и другие выгоды, которые фирмы согласны им предоставить в обмен на эти услуги.

Рынок чистой монополии — ситуация, когда на рынке есть только один продавец.

Рынок чистой (совершенной) конкуренции — ситуация, характеризующаяся столкновением в конкурентной борьбе за деньги покупателей множества производителей однотипных товаров, ни один из которых не обладает контролем над такой долей рынка, чтобы иметь возможность влиять в своих интересах на объемы продаж и рыночную цену.

Рыночная система (капитализм) — способ организации экономической жизни, при котором капитал и земля находятся в собственности отдельных лиц, а ограниченные ресурсы распределяются с помощью рынков.

С

Скорость обращения денег — число раз, которое каждая денежная единица участвовала в течение года в обеспечении любых сделок.

Слабости (несовершенства) рынка — неспособность рыночных механизмов решать некоторые экономические задачи вообще или наилучшим образом.

Смешанная экономическая система — способ организации экономической жизни, при котором земля и капитал находятся в частной собственности, а распределение ограниченных ресурсов осуществляется как рынками, так и при значительном участии государства.

Социальный трансферт — денежная сумма, передаваемая государством беднейшим гражданам для повышения их уровня жизни и формируемая за счет средств, изъятых с помощью налогов у более состоятельных граждан.

Специализация — сосредоточение определенного вида деятельности в руках того человека или хозяйственной организации, которые справляются с нею лучше других.

Спрос — сложившаяся в определенный период времени зависимость величины спроса на данном товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже.

Средние затраты — затраты на изготовление единицы продукции, получаемые делением общей суммы затрат за определенный период времени на объем изготовленной за этот период времени продукции.

Ставка заработной платы — денежная сумма, выплачиваемая работнику за трудовые услуги, оказанные им в течение определенного периода времени (часа, смены или месяца) или необходимые для выполнения определенного объема работы (например, изготовление одной детали).

Стоимость — денежная сумма, которая уплачена при покупке или может быть получена при продаже определенного объема товаров и услуг.

Стоимость жизни — сумма денег, в которую обходится приобретение в течение определенного периода времени (обычно месяца) стандартного для большинства семей данной страны набора благ и услуг.

Структурная безработица — незанятость, возникающая в том случае, если число свободных мест для работников определенных специальностей оказывается куда меньше, чем число безработных людей с этими специальностями.

Т

Теневая экономика — сфера деятельности, доходы от которой укрываются от налогообложения.

Товар — материальный предмет, полезный людям и потому ценимый ими как благо.

Товарищество — общее название нескольких форм хозяйственных организаций, предполагающих объединение собственных средств нескольких участников ради совместного ведения дел.

Торговая наценка — устанавливаемая торговой организацией надбавка к цене, по которой товар реализуется фирмой-изготовителем.

Торговая скидка — часть рекомендуемой фирмой цены продажи конечным покупателям, которая изымается в свою пользу продающей товар торговой организацией.

Торговля — добровольный и взаимовыгодный обмен благами в форме купли-продажи товаров и услуг за деньги.

Традиционная экономическая система — способ организации экономической жизни, при котором земля и капитал находятся в общем владении племени, а ограниченные ресурсы распределяются в соответствии с длительно существующими традициями.

Труд — использование умственных и физических способностей людей, их навыков и опыта в форме услуг, необходимых для производства экономических благ.

Трудовая пенсия — денежное пособие, получаемое гражданином после достижения им установленного законом возраста и при условии, что он отработал определенное число лет по найму.

Трудовой контракт — соглашение о содержании и условиях труда, а также о размере его оплаты и иных взаимных обязательствах работодателя и наемного работника, достигнутое ими в результате индивидуальных переговоров.

Тягость труда — мера физической и нервной сложности и утомительности выполнения профессиональных обязанностей.

У

Услуга — нематериальное благо, имеющее форму полезной людям деятельности.

Ф

Факторы производства — ресурсы, используемые людьми для создания жизненных благ.

Финансы — управление денежными поступлениями и платежами семьи, фирмы, населенного пункта или страны в целом.

Фирма — коммерческая организация, приобретающая факторы производства с целью создания и продажи благ и получения на этой основе прибыли.

Фрикционная безработица — незанятость, возникающая из-за того, что работнику, уволенному со своего предприятия или покинувшему его по своей воле, требуется некоторое время для того, чтобы найти новое рабочее место.

Ц

Цена выбора (альтернативные затраты) — ценность для человека наиболее предпочтительного из благ, получение которых становится невозможным при избранном способе использования ограниченных ресурсов.

Циклическая безработица — незанятость, которая возникает в стране, переживающей общий экономический спад.

Ч

Частная собственность — признаваемое обществом право отдельных граждан и их объединений владеть, пользоваться и распоряжаться любыми видами экономических ресурсов.

Человеческий капитал — знания и навыки, накопленные человеком в результате обучения и предыдущей трудовой деятельности и влияющие на возможность его трудоустройства и уровень получаемой зарплаты.

Чистая прибыль — часть прибыли, остающаяся в распоряжении хозяйственной организации после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Э

Экономика — 1) способ организации деятельности людей, направленной на создание благ, необходимых им для потребления; 2) наука, изучающая поведение участников процесса хозяйственной деятельности.

Экономическая прибыль — разница между выручкой от реализации и экономическими затратами.

Экономические блага — средства удовлетворения человеческих потребностей, доступные людям в объеме меньшем, чем объем этих потребностей.

Экономические затраты — общие затраты фирмы на производство товаров или услуг в течение некоторого периода времени, определенные с учетом внутренних (неявных) затрат.

Экономические системы — формы организации хозяйственной жизни общества, различающиеся по: 1) способу координации хозяйственной деятельности людей, фирм и государства и 2) типу собственности на экономические ресурсы.

Эластичность предложения по цене — масштаб изменения величины предложения (в %) при изменении цены на один процент.

Эластичность спроса по цене — масштаб изменения величины спроса (в %) при изменении цены на один процент.

Эмиссия денег — выпуск государством в обращение дополнительного количества денежных знаков.