

COLLINS

СЛОВАРЬ

ПО ЭКОНОМИКЕ



БИБЛИОТЕКА
"ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ"

COLLINS

СЛОВАРЬ
ПО ЭКОНОМИКЕ

COLLINS

DICTIONARI OF **Economics**

SECOND EDITON

Christopher Pass, Bryan Lowes, Leslie Davies

HARPER COLLINS PUBLISHERS

COLLINS

СЛОВАРЬ ПО ЭКОНОМИКЕ

Кристофер Пасс, Брайен Лоуз, Лесли Дэвис

Перевод с английского под редакцией П.А. Ватника



“ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА”
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
Санкт-Петербург 1998

ББК 65.22

С 48

БИБЛИОТЕКА «ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ»

Выпуск 23

Издатели

ИНСТИТУТ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА», САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ (ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ), МОСКВА

Перевод с английского:

А. К. ЖУКОВА, А. В. БОРИСЕНКО, М. А. СТОРЧЕВОГО,
И. В. РОЗМАЙНСКОГО, К. А. ХОЛОДИЛИНА

Впервые опубликовано на английском языке издательством Harper Collins Publisher Ltd под названием: Collins Dictionary of Economics

© С. Pass, B. Lowes, L. Davies, 1988

© Перевод, оформление, предисловие,
«Экономическая школа», 1998
Все права защищены

ISBN 0 00 470372 3

ISBN 5-900428-35-4

Основанное в 1819 году Уильямом Коллинзом издательство (ныне «Харпер-Коллинз») в настоящее время — крупнейшее издательство, специализирующееся на выпуске словарной и справочной литературы. Особое место среди его изданий занимают учебные словари. Они охватывают едва ли не все дисциплины, изучаемые в школах, колледжах и университетах, прочно вошли в учебный обиход и стали необходимым пособием школьника и студента.

Предлагаемое читателю издание представляет собой перевод учебного словаря, предназначенного для всех изучающих экономику. Это словарь энциклопедического типа. Он не только содержит толкование терминов, но и сообщает читателю основные сведения о явлении, обозначаемом этим термином. По содержанию он соответствует современному стандартному учебнику экономической теории. Любой такой учебник, помимо изложения основ микро- и макроэкономики, освещает также основные понятия смежных экономических дисциплин — теории финансов, теории организации промышленности, менеджмента, — а также приложений теории к коммерции, организации бизнеса, антимонопольной политике, фискальной политике. Кроме того, в учебники включается иллюстративный материал, относящийся к различным сторонам хозяйственной жизни. Сюда входят правила и обычаи торговли, хозяйственное законодательство, международные соглашения по экономическим вопросам и т. д.

Все это есть и в предлагаемом словаре. Его можно охарактеризовать как «учебный курс с алфавитным расположением материала». Особенностью словаря Коллинза является то, что наряду со статьями относительно большого объема, посвященными ключевым понятиям теории, он включает короткие статьи по конкретным вопросам. В статьях много перекрестных ссылок, ориентирующих читателя, заинтересованного в раскрытии встретившегося термина.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Данный словарь содержит материалы, которые будут особенно полезны студентам, изучающим основы экономики в высших учебных заведениях, а также готовящимся к профилирующим экзаменам в школе. Словарь также может быть полезен студентам, изучающим экономику как часть более широкой учебной программы по бизнесу, коммерции или социологии, а также студентам, специализирующимся в бухгалтерском учёте и банковском деле. И, наконец, надеемся, что словарь будет интересен широкому кругу читателей экономической и финансовой литературы.

Словарь охватывает основные экономические термины, фокусируя внимание, в частности, на теоретических концепциях и принципах и их практическом применении. Ключевые экономические термины представлены развернуто и снабжены, где это необходимо, графическими иллюстрациями. Кроме того, словарь включает разнообразные коммерческие и бизнес-термины, нужные для понимания экономического анализа и его приложений. Конечно, трудно точно разделить понятия на собственно экономические, имеющие отношение к экономике, и прочие. Поэтому мы рекомендуем читателям, в случае, если они не смогут найти нужного им термина в этом словаре, обратиться к другим изданиям этой серии, в частности «Бизнес-словарю» Коллинза. Ради краткости мы свели к минимуму организационные мелочи и описания, а также исторические преамбулы.

Для того чтобы удовлетворить требованиям максимально возможного круга читателей с разным уровнем экономических знаний, статьи словаря составлены таким образом, что вначале идут основные определения и объяснения выраженных концепций, ведущие через систему перекрестных отсылок к родственным терминам и более тонким объяснениям исходной концепции.

Перекрестные отсылки обозначены как в тексте, так и в конце статей и выделены прописными буквами.

Статьи расположены в алфавитном порядке русских терминов. Русская экономическая терминология еще не вполне устоялась, и в различных изданиях используются разные варианты терминов, относящихся к одним и тем же понятиям (например, *затраты* и *издержки*). При подготовке настоящего издания редакция стремилась учесть наиболее распространенные в русскоязычной учебной литературе варианты. Наиболее предпочтительный поставлен в качестве заголовка словарной статьи, за ним следуют термины-синонимы. Кроме того, эти синонимы помещены в соответствии с их алфавитным положением с отсылкой к основной статье.

Английские термины помещены в скобках после заголовка статьи. В конце словаря приведен алфавитный список английских терминов с указанием русских эквивалентов. Некоторые международные термины, используемые на языке оригинала без перевода (например, *ceteris paribus*), а также термины с непереводаемыми начальными элементами (например, *X-неэффективность*), расположены в порядке латинского алфавита непосредственно после русскоязычных терминов.

Читателю следует иметь в виду, что настоящее издание — перевод британского словаря и упоминающиеся в тексте законы, государственные учреждения, общественные организации — британские (если, разумеется, не оговорено иное). Они могут не иметь российских аналогов.

Заголовки статей набраны **ПОЛУЖИРНЫМ ШРИФТОМ, ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ**, ссылки на другие статьи словаря — **ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ МЕНЬШЕГО РАЗМЕРА**. *Курсив* используется лишь как средство выделения слов, на которые читатель должен обратить особое внимание.

Мы благодарим Монику Торн и Эдвина Мура из издательства Коллинза за их прекрасную работу в процессе подготовки рукописи к изданию. Особую благодарность выражаем Сильвии Эшдаун и Сильвии Бентли за их терпение и аккуратность в процессе набора рукописей.

***Кристофер Пасс,
Брайен Лоуз***

АБСЕНТЕИЗМ (absenteeism) — несанкционированные прогулы работы сотрудниками. Уровень абсентеизма в конкретной фирме отражает условия труда и моральное состояние рабочих данной фирмы и влияет на ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

См. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

АБСОЛЮТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО (absolute advantage) — преимущество, которым обладает страна, способная, используя данный объем ресурсов, производить больше, чем другие страны, располагающие тем же количеством ресурсов. Это понятие можно проиллюстрировать на примере двух стран (*A* и *B*) и двух благ (*X* и *Y*).

Рассмотрим физический выпуск благ *X* и *Y* на данный расход факторов:

Страна	Благо	
	<i>X</i>	<i>Y</i>
<i>A</i>	100	100
<i>B</i>	180	120

Страна *A* может произвести либо 100*X*, либо 100*Y*; страна *B* при тех же затратах производит либо 180*X*, либо 120*Y*. Очевидно, что производство страны *B* абсолютно более эффективно, чем производство страны *A*, так как страна *B* выпускает оба блага в большем количестве. На первый взгляд торговля между этими странами лишена смысла. Однако целесообразность МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ определяется СРАВНИТЕЛЬНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ, а не абсолютными, поскольку, даже если страна *B* в состоянии произвести оба блага в большем объеме, она может извлечь выгоду из СПЕЦИАЛИЗАЦИИ на выпуске продукта *X*, где она обладает большим преимуществом.

АВСТРИЙСКАЯ ШКОЛА (Austrian school) — группа экономистов, образовавшаяся в Венском университете в конце XIX в. и

положившая начало отдельному направлению экономической теории. Основы его были заложены профессором Карлом Менгером, выступившим против классической теории ценности, которая делала упор на ПРОИЗВОДСТВО и ПРЕДЛОЖЕНИЕ. В противовес этому К. Менгер осуществил «субъективистскую революцию», утверждая, что ценность блага определяется не стоимостью его производства, а удовольствием, или ПОЛЕЗНОСТЬЮ, которую ПОТРЕБИТЕЛЬ получает от этого блага. В рамках данной концепции возникла теория ценности, основанная на понятии ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ, согласно которой каждое последующее приращение количества блага приносит УБЫВАЮЩУЮ ПРЕДЕЛЬНУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ.

Фридрих фон Визер развил это направление, введя понятие АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ЗАТРАТ. Евгений фон Бём-Баверк внес свой вклад в развитие теории ПРОЦЕНТА и КАПИТАЛА, утверждая, что цена, уплачиваемая за пользование капиталом, зависит от соотношения между потребительским спросом на текущее и будущее ПОТРЕБЛЕНИЕ. В дальнейшем традицию, начатую К. Менгером и его последователями, продолжили Людвиг фон Мизес и Фридрих фон Хайек.

См. также КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.

АВТОМАТИЗАЦИЯ (automation) — использование механических или электрических машин (таких, как роботы) для осуществления часто повторяемых производственных процессов, чтобы сделать их саморегулирующимися и, таким образом, минимизировать или вообще исключить использование в этих процессах рабочей силы. Автоматизация часто требует больших начальных капиталовложений, но за счёт снижения затрат на рабочую силу сокращает ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ на единицу выпуска.

См. ГИБКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СИСТЕМА, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, ФОНДОВООРУЖЁННОСТЬ, МАССОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО, КОМПЬЮТЕР.

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ПРОДАЖА (automatic vending) — способ розничной продажи товаров потребителям посредством торговых автоматов. Автоматизированная продажа широко применяется при реализации таких товаров, как пицца, напитки и сигареты. Автоматы стали также активно использоваться банками и строительными обществами для выдачи денег.

АВТОМАТИЧЕСКИЕ (ВСТРОЕННЫЕ) СТАБИЛИЗАТОРЫ (automatic (built-in) stabilizers) — элементы ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ, автоматически ослабляющие воздействие колебаний экономической активности. Падение НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и выпуска приводит к сокращению поступлений в государственную

казну от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и к росту платежей по социальному страхованию и пособиям по безработице. Понижение налоговых поступлений и повышение социальных выплат увеличивает БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ и восстанавливает часть потерянного дохода (см. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА).

См. ФИСКАЛЬНЫЙ ТОРМОЗ.

АВТОНОМНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ (autonomous consumption) — часть общих расходов на ПОТРЕБЛЕНИЕ, которая не меняется с изменением НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА или РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА. В коротком периоде расходы на потребление состоят из ИНДУЦИРОВАННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ (расходы на потребление, изменяющиеся вместе с доходом) и автономного потребления. Автономное потребление представляет собой некий минимальный уровень потребительских расходов, которые необходимы для того, чтобы поддерживать хотя бы базовый уровень жизни, и которые поэтому должны осуществляться потребителями даже при нулевом доходе.

См. ГРАФИК ПОТРЕБЛЕНИЯ.

АВТОНОМНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ (autonomous investment) — часть реальных ИНВЕСТИЦИЙ, которая не зависит от уровня и изменений НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Автономные инвестиции зависят, главным образом, от конкурентных факторов, таких, например, как модернизация производства предприятиями с целью снижения затрат или использования преимуществ, даваемых новым изобретением.

См. ИНДУЦИРОВАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, ГРАФИК ИНВЕСТИЦИЙ.

АВТОРСКОЕ ПРАВО (copyright) — собственность на право издания книг, справочников, газет и т. д., дающая юридические полномочия и возможности компенсации за плагиат и неразрешенные публикации или копирование.

См. ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ.

АГЕНТ (agent) — лицо или компания, нанятые другим лицом или компанией (называемыми доверителем или принципалом) для заключения КОНТРАКТОВ с третьими лицами. Агент, таким образом, выступает в качестве посредника, сводя друг с другом покупателей и продавцов товаров или услуг и получая за это определённую сумму или процент в виде комиссионных либо вознаграждения, определяемых характером и масштабом принимаемой им деятельности и/или стоимостью заключаемой сделки. Агенты и агентства так или иначе участвуют в большинстве сфер экономики и играют важную роль в бесперебойном функционировании рыночного механизма.

См. СТРАХОВОЙ БРОКЕР, БРОКЕР.

АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА (agricultural policy) — политика, направленная как на защиту экономических интересов представителей аграрного сектора путём субсидирования сельскохозяйственных цен и фермерских доходов, так и на повышение эффективности сельского хозяйства путём поощрения объединения и механизации ферм.

Необходимость поддержки сельского хозяйства частично объясняется тем, что сельское хозяйство, в отличие от обрабатывающей промышленности, весьма чувствительно к факторам, которые лежат за пределами его непосредственного контроля. Предложение из года в год испытывает беспорядочные колебания, вызываемые такими капризами природы, как погода, нашествия насекомых, болезни (кривые S_1 , S_2 и S_3 на рис. 1а), приводящими к значительным изменениям сельскохозяйственных цен и фермерских доходов. В длительном периоде спрос на многие базовые продукты питания растет очень медленно (из положения DD в положение D_1D_1 на рис. 1б). Существенное повышение ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ, связанное с механизацией сельскохозяйственного производства, применением химических удобрений, пестицидов и т. п., привело к тому, что предложение росло быстрее, чем спрос (из положения SS в положение S_1S_1 на рис. 1б), а это вызвало падение сельскохозяйственных цен и фермерских доходов.

Сельское хозяйство, таким образом, стало очень невыгодным занятием, и государство, озабоченное влиянием измене-

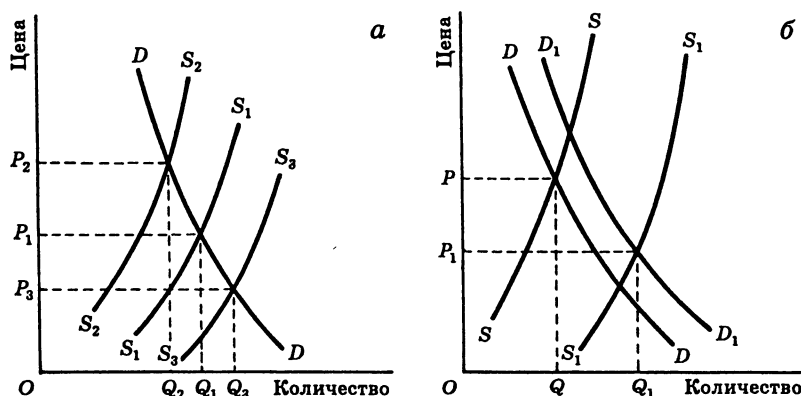


Рис. 1. Аграрная политика. а. Краткосрочные сдвиги предложения (S) и их влияние на цену (P) и объём выпуска (Q). б. Долгосрочные сдвиги, вызванные влиянием роста производительности на предложение.

ний предложения и цен сельхозпродукции (например, на уровень фермерских доходов, платёжный баланс и уровень инфляции), почувствовало необходимость в контроле над ситуацией. Существенны также некоторые политические и социальные факторы, например стремление защитить сельское население, а также то, что даже в некоторых промышленно развитых странах (например, в Европейском Сообществе) аграрный сектор имеет большой политический вес, несоразмерный его доле в экономике.

См. ЗАКОН ЭНГЕЛЯ, ПАУТИНООБРАЗНАЯ МОДЕЛЬ, ПОДДЕРЖКА ЦЕН, ПОДДЕРЖКА ДОХОДОВ, ЕДИНАЯ АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА.

АДАПТИВНЫЕ ОЖИДАНИЯ (ИНФЛЯЦИОННЫЕ) (adaptive-expectations (of inflation)) — идея, что ожидания будущего уровня инфляции основываются на инфляционном опыте недавнего прошлого. В результате инфляция «подпитывает» сама себя. Это можно проиллюстрировать следующим примером: профсоюзы, добиваясь повышения зарплаты в текущем периоде, включают в свои требования ожидаемый в будущем уровень инфляции, что, в свою очередь, ведет к дальнейшему росту цен.

См. УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ/ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, ИНФЛЯЦИОННАЯ СПИРАЛЬ, ГИПОТЕЗА РАЦИОНАЛЬНЫХ ОЖИДАНИЙ, ОЖИДАЕМАЯ ИНФЛЯЦИЯ.

АККОРДНЫЕ НАЛОГИ (lump-sum taxes) — налоги, которые увеличивают государственные доходы, не искажая размещения производственных ресурсов. КОСВЕННЫЕ НАЛОГИ несут в себе искажающий эффект, так как заставляют потребителей изменить структуру потребления, что приносит им убыток без каких-либо связанных с этим поступлений в государственный бюджет. Аналогично ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ может исказить структуру предпочтений между работой и отдыхом. На практике существует довольно мало налогов, не влияющих на размещение ресурсов, кроме подушных налогов с избирателей, устанавливаемых из расчёта на душу населения.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ, ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ.

АКСЕЛЕРАТОР (accelerator) — отношение между величиной чистых, или ИНДУЦИРОВАННЫХ, ИНВЕСТИЦИЙ (валовые инвестиции минус ИНВЕСТИЦИИ НА ЗАМЕЩЕНИЕ), и темпом изменения НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Быстрый рост дохода и расходов на потребление оказывает давление на существующие производственные мощности и стимулирует предпринимателей к инвестициям не только на замещение существующего капитала (по

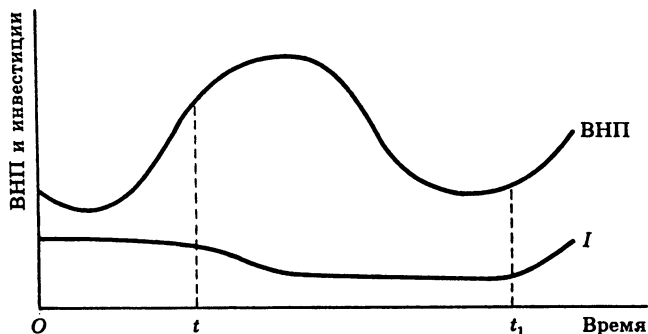


Рис. 2. Акселератор. Изменение валового национального продукта и уровня инвестиций во времени.

мере того, как он изнашивается), но и к вложению средств в новые заводы и оборудование, чтобы удовлетворить повышение спроса.

Допустим, например, что некая фирма удовлетворяет существующий спрос на свою продукцию, используя 10 машин, одна из которых ежегодно заменяется новой. Если спрос возрастает на 20%, фирма должна закупить две новые машины (в дополнение к одной машине, идущей на замещение), чтобы удовлетворить этот спрос.

Таким образом, инвестиции частично являются функцией от изменения уровня дохода: $I = f(\Delta Y)$. Рост индуцированных инвестиций, в свою очередь, приводит к усилению эффекта мультипликатора в увеличении национального дохода.

Объединённый эффект акселератора и мультипликатора, проявляющийся в инвестиционном цикле, предлагается в качестве объяснения изменений уровня экономической активности, связанных с деловым циклом. Поскольку объём инвестиций зависит от темпа изменения валового национального продукта, быстрый рост ВВП приводит к большому объёму инвестиций, когда производители стремятся увеличить свои производственные мощности (момент t на рис. 2). Столь высокий уровень инвестиций увеличивает совокупный спрос и помогает поддерживать высокий уровень ВВП. Однако по мере удаления от момента времени t темпы роста ВВП замедляются, бизнесменам больше нет необходимости столь быстро наращивать мощности и инвестиции начинают сокращаться до уровня инвестиций на замещение. Снижение инвестиций приводит к падению совокупного спроса и вызывает в конце концов уменьшение

ВНП. Поскольку ВНП в течение некоторого времени удерживается на низком уровне, машины начинают изнашиваться, и у бизнесменов, если они хотят поддерживать производственные мощности на уровне, достаточном, чтобы удовлетворять хотя бы сократившийся совокупный спрос, появляется необходимость заменить часть этих машин. Такое увеличение объема инвестиций в момент t_1 повышает совокупный спрос и стимулирует рост ВНП.

Подобно ИНВЕСТИЦИЯМ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ, инвестиции в оборотный капитал до некоторой степени являются функцией от темпа изменения дохода, так что ИНВЕСТИЦИИ В ЗАПАСЫ подвержены аналогичному эффекту акселератора.

АКТ ОБ АВТОРСКОМ ПРАВЕ, ДИЗАЙНЕ И ПАТЕНТАХ, 1988 г. (Copyright, designs and patents act, 1988) — закон Великобритании, предусматривающий установление и защиту прав собственности частных и юридических лиц в отношении различного рода интеллектуальной собственности, в особенности АВТОРСКОГО ПРАВА, ДИЗАЙНЕРСКИХ ПРАВ И ПАТЕНТОВ.

Выполнение закона контролирует ПАТЕНТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ; случаи неразрешенного снятия копий, нарушений патентов и т. д. рассматриваются судами.

АКТ О ЕДИНОМ ЕВРОПЕЙСКОМ РЫНКЕ, 1986 г. (Single European market act, 1986) — Акт, широко известный как «инициатива 1992», который расширил положения, содержащиеся в первоначальном законодательстве ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА («Римском договоре»), с целью создания «единого рынка» (по возможности к 1992 г.) путём устранения различных *внутренних* препятствий к свободному передвижению товаров, услуг, капитала и труда между странами — членами Сообщества. Согласно Акту, Европейская комиссия должна была представить на рассмотрение около 400 директив, устраняющих несоответствия среди стран — членов Сообщества в отношении физических, технических и фискальных правил и норм, чтобы создать унифицированную систему стандартов для этих стран. Например, для частных лиц и грузового транспорта — возможность пересечения национальных границ без паспортного и таможенного контроля; введение единых нормативов, касающихся характеристик и дизайна выпускаемой продукции, правил техники безопасности и стандартов безвредности для здоровья, и т. д.; кроме того, установление для всех стран — членов Сообщества единых ставок НДС и других налогов.

АКТ О СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЩЕСТВАХ, 1986 г. (Building Societies Act, 1986) — английский закон, предоставивший СТРОИ-

ТЕЛЬНЫМ ОБЩЕСТВАМ новые полномочия: возможность не только заниматься своими традиционными операциями с ЗАКЛАДНЫМИ, но и оказывать своим клиентам другие финансовые услуги. К их числу относятся услуги по переводу денег (посредством чековых книжек), предоставление страхового покрытия, получение дорожных чеков и иностранной валюты, управление пенсионными фондами, купля-продажа акций и облигаций и посредничество на рынке недвижимости. Этот закон, таким образом, привел к усилению конкуренции в области финансовых услуг между строительными обществами, КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ и другими финансовыми институтами.

Закон также разрешил строительным обществам увеличивать свои капитальные ресурсы и потенциал роста путём преобразования в АКЦИОНЕРНЫЕ КОМПАНИИ (такие, как «Эбби-Нэшл»), выпуска акций и включения в списки компаний, котируемых на фондовой бирже.

АКТИВ (asset) — объект собственности, принадлежащий индивиду или фирме и имеющий денежную оценку. Активы бывают трех основных видов: (а) физические активы — фабричные здания и оборудование, земля, потребительские товары длительного пользования (автомобили, стиральные машины и т. п.); (б) финансовые активы — наличные деньги, банковские вклады, акции; (в) нематериальные активы — ТОРГОВЫЕ МАРКИ и т. д.

См. ИНВЕСТИЦИИ, ЛИКВИДНОСТЬ, БАЛАНС, ОБЯЗАТЕЛЬСТВО.

АКТУАРИЙ (actuary) — статистик, рассчитывающий страховые риски и премии.

См. РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ, СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ.

АКЦЕПТНЫЙ БАНК (accepting house) — ТОРГОВЫЙ БАНК или аналогичная организация, которая подписывает (гарантирует своим именем оплату) коммерческий ПЕРЕВОДНОЙ ВЕКСЕЛЬ за комиссионные.

См. ДИСКОНТ, ПЕРЕУЧЁТ, УЧЁТНЫЙ РЫНОК.

АКЦЕПТОВАНИЕ (acceptance) — гарантирование займа в форме ПЕРЕВОДНОГО ВЕКСЕЛЯ, который будет оплачен, даже если первоначальный заёмщик окажется неплатёжеспособным. Осуществляется коммерческим учреждением, подтверждающим своей подписью, что оно «акцептует» (принимает) вексель, выписанный на заёмщика, беря за это комиссионные.

См. АКЦЕПТНЫЙ БАНК.

АКЦИЗ (excise duty) — КОСВЕННЫЙ НАЛОГ, которым государство облагает определённые товары, прежде всего табак, нефть и алкогольные напитки. Спрос на эти товары неэластичен по цене

(см. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ), поэтому увеличение ставок акциза, осуществляемое в рамках ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ, приводит не только к росту государственных расходов, но также и к тому, что у потребителей остается меньше денег для расходов на другие товары.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ (joint-stock company) — компания, в которую ряд лиц вкладывает свои средства в обмен на её АКЦИИ. Акционерные компании имеют возможность получать дополнительные денежные средства для финансирования своей деятельности путём размещения акций среди значительного числа АКЦИОНЕРОВ, поэтому их финансовые возможности предпочтительнее, чем возможности индивидуальных частных предприятий или даже товариществ. С момента создания акционерная компания становится самостоятельным юридическим лицом, отделённым от своих акционеров, с правом заключения договоров с поставщиками и потребителями. Акционерная компания управляется советом директоров, назначаемым акционерами. Директора обязаны отчитываться о положении дел компании перед акционерами на ГОДОВОМ ОБЩЕМ СОБРАНИИ. Если акционеры не удовлетворены деятельностью директоров, они имеют право отстранить последних от должности путём голосования.

Значительный импульс развитию акционерных компаний был дан введением принципа ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, согласно которому ограничивается максимальный убыток, который несёт акционер в случае банкротства компании. Защита акционеров намного увеличила число желающих вкладывать свои средства в компании.

Основные формы акционерных компаний:

(а) *акционерное общество закрытого типа* (АОЗТ). По британскому закону о компаниях максимальное число акционеров в такой компании ограничивается пятьюдесятью и акции данной компании не могут продаваться и покупаться на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ. В конце названий таких компаний пишется слово limited (Ltd).

(б) *акционерное общество открытого типа* (АООТ). По британскому закону о компаниях минимальное число акционеров такой компании — семь, а максимальное не ограничено. Акции АООТ могут продаваться и покупаться на фондовой бирже, а значит, доступны широким слоям населения. В конце названий таких компаний пишется — public limited company (Plc.).

Большинство крупных компаний (ОЛИГОПОЛИЙ) являются АООТ, поскольку только они могут получить доступ к боль-

шим капиталам. Несмотря на то что акционеры являются собственниками АООТ, реальный контроль над деятельностью компании осуществляется управленческой верхушкой.

См. ФИРМА, ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ.

АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ (share capital) — деньги АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, предоставляемые АКЦИОНЕРАМИ компании в обмен на ОБЫКНОВЕННЫЕ АКЦИИ и ПРИВИЛЕГИРОВАННЫЕ АКЦИИ и остающиеся перманентным источником финансирования до тех пор, пока существует данная компания. Поставщики акционерного капитала обладают правом на долевое участие в прибылях компании, получая ДИВИДЕНДЫ из этих прибылей. Величина выплачиваемых дивидендов имеет тенденцию изменяться из года в год в зависимости от получаемой прибыли (хотя часть прибыли может оставаться в компании для накопления РЕЗЕРВОВ, которые используются для приобретения новых активов). В этом отношении акционеры отличаются от поставщиков ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА, которые получают вознаграждение в виде регулярных выплат ПРОЦЕНТА. Поставщики заёмного капитала имеют первоочередное право как на получение текущих выплат дохода, так и на возвращение им сумм акционерного капитала в случае НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ компании.

См. ЛЕВЕРЕДЖ.

АКЦИОНЕРНЫЙ СЕРТИФИКАТ, или **СЕРТИФИКАТ АКЦИЙ** (share certificate) — документ, который выдается АКЦИОНЕРУ компании и служит удостоверением права собственности на АКЦИИ 1 этой компании.

АКЦИОНЕРЫ (shareholders) — физические и юридические лица, вкладывающие средства для финансирования АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ в обмен на АКЦИИ 1 этой компании. Существуют два основных типа акционеров: (а) держатели ПРИВИЛЕГИРОВАННЫХ АКЦИЙ, которые получают фиксированный ДИВИДЕНД из ПРИБЫЛЕЙ компании (прежде чем получают что-либо держатели обыкновенных акций) и имеют первоочередное право претендовать на любые активы предприятия, оставшиеся после погашения всех долгов; (б) держатели ОБЫКНОВЕННЫХ АКЦИЙ, которые получают дивиденд из прибылей компании после того, как осуществлены все остальные выплаты, и имеют право претендовать на любые АКТИВЫ, остающиеся при ликвидации предприятия. Обычно только держатели обыкновенных акций имеют право голосовать на ГОДОВОМ ОБЩЕМ СОБРАНИИ и избирать директоров, поскольку они несут наибольшее бремя риска, связанного с потерей их денег в случае НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ компании.

АКЦИЯ 1 (share) — ЦЕННАЯ БУМАГА, выпускаемая АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ в целях увеличения долгосрочного капитала. Покупатели акций 1 платят деньги компании и взамен получают АКЦИОНЕРНЫЙ СЕРТИФИКАТ, удостоверяющий их право собственности на акции 1. Информация о получении права собственности заносится в РЕЕСТР АКЦИОНЕРОВ. АКЦИОНЕРЫ компании являются её законными собственниками и имеют право долевого участия в прибылях, получая некоторую часть этих прибылей в форме ДИВИДЕНДОВ. Акциями 1 торгуют на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ. Основные виды акций 1 — ПРИВИЛЕГИРОВАННЫЕ АКЦИИ и ОБЫКНОВЕННЫЕ АКЦИИ.

См. АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ, ВЫПУСК АКЦИЙ, ЛЕВЕРЕДЖ.

АКЦИЯ 2 (stock) — ЦЕННАЯ БУМАГА, выпущенная АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ или государством с целью увеличения долгосрочного капитала. В некоторых странах (например, в США) держатели акций 2 эквивалентны держателям АКЦИЙ 1 (т. е. АКЦИОНЕРАМ), являясь собственниками данной компании. В других странах (например, в Великобритании) акция 2 является формой погашаемого ДОЛГА с фиксированным процентом и держатели акций 2 выступают как кредиторы компании в отличие от акционеров. Акции 2 являются предметом сделок на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ.

См. АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ.

АЛЛОКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ (allocative efficiency) — один из аспектов ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА, подразумевающий оптимальное размещение ограниченных ресурсов по направлениям их конечного использования, в результате чего производится именно тот набор товаров и услуг, который наилучшим образом соответствует структуре потребительского спроса. Это достигается тогда, когда уровень всех рыночных цен и прибыли соответствует реальным затратам ресурсов на производство продукции. Благополучие потребителя оптимизируется тогда, когда цена каждого продукта равняется наименьшим реальным затратам на производство этого продукта, включая НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ, получаемую производителями. На рис. 3а показано равновесие производителя при нормальной прибыли в условиях СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ, когда цена определяется пересечением кривых рыночного спроса и предложения, а свобода ВХОДА НА РЫНОК и ВЫХОДА С РЫНКА обеспечивает равенство цены (P) минимуму затрат в длительном периоде (AC).

В отличие от этого на рынках, которым свойственны определённые элементы монополизации, предложение будет ограничиваться и на производство соответствующих продуктов бу-

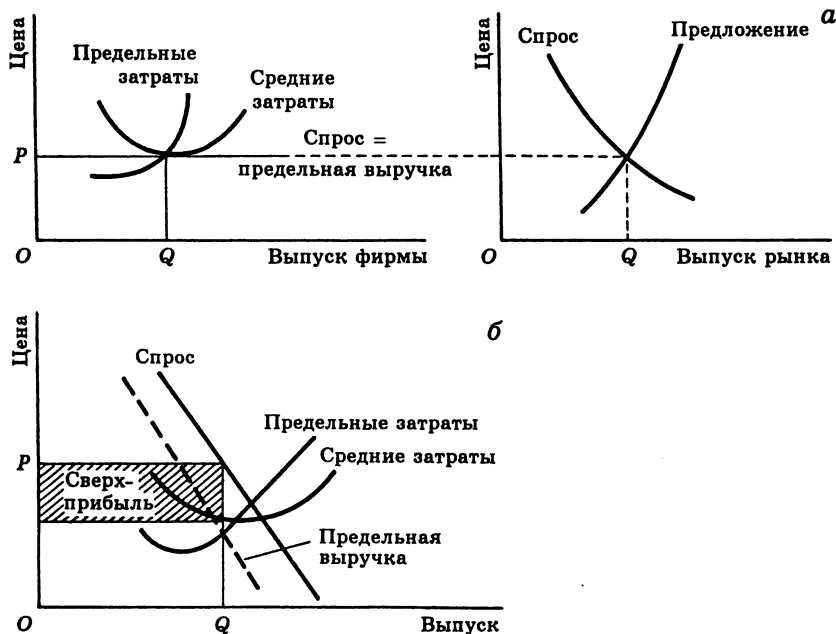


Рис. 3. Аллокативная эффективность. а. Равновесие производителя при нормальной прибыли в условиях совершенной конкуренции. б. Сочетание цена—выпуск, максимизирующее прибыль монополиста.

дет направляться меньше ресурсов, чем предполагает структура спроса. На таких рынках уровень цен и прибыли не соответствует реальным затратам на производство продукции. В частности, в условиях монополии потребитель вынужден платить за продукт цену, которая превышает реальные затраты на его производство, и это превышение представляет собой сверхприбыль монополиста.

На рис. 3б показана комбинация цены и выпуска, приносящая максимальную прибыль монополисту и определяемая равенством предельных затрат предельной выручке. При этом уровень выпуска ниже, а цена выше, чем при совершенной конкуренции, а БАРЬЕРЫ ВХОДА гарантируют ограничение предложения и поддержание высоких цен в длительном периоде.

См. ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ, или **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗАТРАТЫ** (opportunity cost or economic cost) — мера экономических затрат на использование редких ресурсов (ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА) для производства определённого товара или услу-

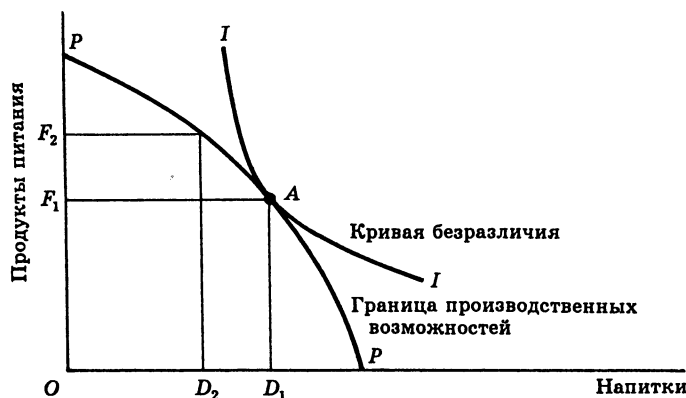


Рис. 4. Альтернативные затраты.

ги, выраженная количеством товаров или услуг, от получения которых вынуждены отказаться в связи с производством данного блага. Например, если большее количество ресурсов использовано для производства пищевых продуктов, то меньшее количество ресурсов пойдёт на производство напитков. Так, на рис. 4 ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ (PP) показывает количество пищевых продуктов и напитков, которое может быть произведено с использованием ресурсов страны. Если страна решает увеличить производство пищевых продуктов с OF_1 до OF_2 , то для производства напитков останется меньшее количество ресурсов и оно снизится с OD_1 до OD_2 . Наклон границы производственных возможностей показывает ПРЕДЕЛЬНУЮ НОРМУ ТРАНСФОРМАЦИИ (соотношение ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ на производство одного товара и предельных затрат на производство другого). На практике не все ресурсы могут быть переключены с одного способа их использования на другой (см. БЕЗВОЗВРАТНЫЕ ЗАТРАТЫ).

В то же время, если потребитель с ограниченным доходом решит купить большее количество одного товара или услуги, ему придётся сократить потребление других товаров или услуг. Предпочтения потребителей между продуктами питания и напитками отражены КРИВОЙ БЕЗРАЗЛИЧИЙ II на рис. 4. Наклон кривой безразличия показывает ПРЕДЕЛЬНУЮ НОРМУ ЗАМЕНЫ потребителя (т. е. количество одного блага, от которого он готов отказаться для высвобождения средств на приобретение дополнительной единицы другого блага).

Если кривая безразличия II является типичной для предпочтений всех потребителей между пищевыми продуктами и на-

питками, то всё общество будет потреблять количество OF_1 пищевых продуктов и количество OD_1 напитков. Только в точке А альтернативные затраты использования ресурсов (наклон кривой PP) равны альтернативным затратам расхода ограниченного дохода (наклон кривой II).

См. также ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА.

АМОРТИЗАЦИЯ (depreciation) — снижение ценности АКТИВА в ходе его эксплуатации. Состояние зданий и оборудования, используемых в производстве, со временем ухудшается, и в конце концов возникает необходимость их замены. Поэтому фирме приходится создавать финансовый фонд с целью восстановления своих активов.

Метод амортизации состоит в распределении первоначальной стоимости ОСНОВНОГО КАПИТАЛА на предполагаемый срок его эксплуатации. В СЧЁТЕ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ амортизация вычитается из дохода фирмы. В БАЛАНСЕ, публикуемом в конце отчётного периода, указывается стоимость активов за вычетом стоимости износа к данному моменту. С помощью метода амортизации нельзя рассчитать рыночную ценность основных фондов, поэтому из баланса невозможно узнать цену, по которой они могут быть реализованы.

В основе расчётов амортизационных отчислений лежит ИСТОРИЧЕСКАЯ (ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ) СТОИМОСТЬ основных фондов. Однако в условиях ИНФЛЯЦИИ стоимость замены актива будет, скорее всего, выше его первоначальной стоимости. Поэтому осмотрительные компании при создании амортизационного фонда должны учитывать рост затрат на замещение основных средств.

См. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ, ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА, ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ АКТИВОВ.

АНАЛИЗ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ (time series analysis) — анализ статистических данных, относящихся к последовательным прошлым периодам времени, с целью выявления тенденций прошлого и предсказания того, чего следует ожидать в (неопределённом) будущем. Таким образом, информация о временных рядах может быть использована для ПРОГНОЗИРОВАНИЯ.

На рис. 5 изображен типичный временной ряд. Изменения уровней временного ряда, заметные на графике, могут быть подразделены на четыре основных типа:

(а) *долговременная тенденция*, которая определяет относительно ровное постоянное движение временного ряда на протяжении длительного промежутка времени;

(б) *циклические отклонения*, которые состоят из среднесрочных постоянно повторяющихся колебаний, обычно связывае-

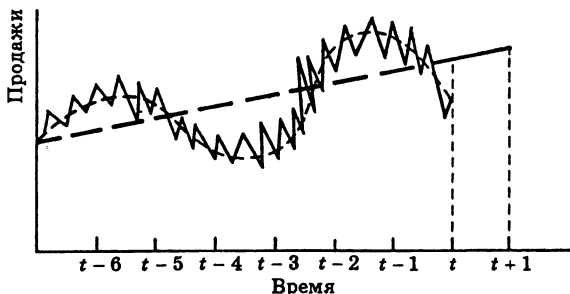


Рис. 5. Анализ временных рядов.

мых с ДЕЛОВЫМИ ЦИКЛАМИ; повторяющиеся взлёты и падения деловой активности накладываются на существующую долгосрочную тенденцию;

(в) *сезонные отклонения*, которые состоят из краткосрочных постоянно повторяющихся колебаний, обычно связываемых с различными временами года; сезонные отклонения, в свою очередь, накладываются на долгосрочную тенденцию и циклические отклонения;

(г) *случайные отклонения*, которые являются хаотичными колебаниями временных рядов, вызываемыми непредсказуемыми случайными событиями; случайные отклонения накладываются на долгосрочную тенденцию, циклические отклонения и сезонные отклонения.

Анализ временных рядов предполагает выделение влияния каждого из этих четырёх типов отклонений на временной ряд, чтобы с помощью опыта прошлого спроектировать будущее. Чтобы определить, какая долгосрочная тенденция лежит в основе временного ряда, статистик может применить РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ, подбирая некоторую линию к полученному временному ряду, пользуясь методом наименьших квадратов. Здесь время выступает в качестве НЕЗАВИСИМОЙ ПЕРЕМЕННОЙ в оцениваемом уравнении регрессии, а наблюдаемая переменная — в качестве ЗАВИСИМОЙ ПЕРЕМЕННОЙ. Статистик также может использовать скользящую среднюю для сглаживания временного ряда и определения лежащего в его основе ТРЕНДА. Например, он мог бы использовать скользящую среднюю за пять лет, заменяя каждое наблюдение на среднюю из этого наблюдения, двух предыдущих и двух последующих.

Экспоненциальное сглаживание — ещё один способ, который может быть использован для сглаживания данных временного ряда, а расчёт осуществляется подобно расчёту скользящей средней, но более поздним наблюдениям присваивается

относительно больший вес. Чтобы определить воздействия сезонных отклонений, статистик может построить некоторый показатель сезонного отклонения (называемый *сезонным индексом*) и использовать его для устранения влияния сезонных отклонений на временной ряд и определения того, как выглядел бы временной ряд, если бы сезонных колебаний не было вообще.

Когда тренд определён, его можно экстраполировать и оценить его значение для периодов времени, следующих за текущим. На рис. 5, например, тренд для периода времени до t включительно может быть экстраполирован на период $t + 1$. Таким образом, экстраполяция является способом прогнозирования, хотя точность прогнозов будет существенно зависеть от того, будут ли силы, лежащие в основе временного ряда в прошлом, продолжать действовать точно так же в будущем.

АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ—ВЫГОДЫ» (cost-benefit analysis) — способ расчёта и оценки ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗАТРАТ и общих социальных выгод, связанных с каким-либо экономическим проектом. Анализ «затраты—выгоды» обычно используется государственными органами при оценке ИНВЕСТИЦИЙ в крупномасштабные государственные проекты (например, прокладку автомобильных и железных дорог) с целью определения прироста благосостояния и чистой социальной выгоды, которые получит вся страна от реализации этих проектов. Анализ в большинстве случаев проводят финансирующие организации, имеющие более широкий взгляд на проект, чем коммерческие организации, интересующиеся исключительно его прибыльностью.

Основные принципы анализа «затраты—выгоды» заключены в четырёх ключевых позициях:

(а) *Учёт затрат и выгод.* Все затраты и выгоды должны быть рассчитаны и ранжированы в соответствии со степенью их отклонения от основной цели проекта; более отдалённые затраты и выгоды можно не учитывать. Это требует тщательной разработки проекта, оценки его срока службы, а также рассмотрения ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ и ВТОРИЧНЫХ ВЫГОД.

(б) *Оценка затрат и выгод.* При их оценке необходимо уделять внимание возможным изменениям относительных цен, а не общего уровня цен; общий уровень цен, действующий в начальном периоде, следует принять в качестве базового. Хотя обычно для оценки затрат и выгод используются рыночные цены, в ряде случаев возникают трудности их применения: когда инвестиционные проекты являются настолько крупными, что значительно влияют на цены; когда монополизация искажает относительные цены; когда налоги искусственно за-

вышают стоимость ресурсов; когда значительное недоиспользование труда и других ресурсов означает, что цены на них превышают общественные затраты использования этих избыточных ресурсов, предлагаемых в избыточном количестве. В таких случаях для оценки затрат и выгод могут потребоваться ТЕНЕВЫЕ ЦЕНЫ. Кроме того, существуют особые проблемы установления цен на НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ и КОЛЛЕКТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ.

(в) *Определение процентной ставки*, по которой затраты и выгоды следует дисконтировать. Решение этого вопроса требует учёта степени, в какой общественные временные предпочтения будут диктовать более низкую УЧЁТНУЮ СТАВКУ, чем частные временные предпочтения, поскольку общественные временные предпочтения требуют меньшего дисконтирования будущих благ. Необходимо также рассмотреть АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ЗАТРАТ (которые уменьшаются при использовании более низкой учётной ставки для государственных проектов) из опасения, что посредственные государственные проекты могут вытеснить хорошие проекты частного сектора, если для первых будут применяться более мягкие критерии.

(г) *Существенные ограничения*. Эта группа включает юридические, административные и бюджетные ограничения, а также ограничения, связанные с перераспределением дохода. По существу анализ «затраты—выгоды» сосредоточивается на экономической эффективности проекта и при условии, что выгоды будут больше затрат, рекомендует его реализацию, не принимая во внимание того, кто получает выгоду и кто несёт затраты. Однако, если лицо, принимающее решение, полагает, что связанное с проектом перераспределение дохода неприемлемо, оно может отклонить проект, несмотря на его чистые выгоды.

Поскольку всегда существует неопределённость в отношении оценок будущих затрат и выгод, связанных с государственным инвестиционным проектом, в анализе «затраты—выгоды» необходимо учесть эту неопределённость путём проверки чувствительности показателя чистой выгоды к изменениям таких факторов, как срок службы проектируемого объекта и ставки процента.

См. ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАТРАТ, ВРЕМЕННОЕ ПРЕДПОЧТЕНИЕ, ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АУДИТ, ПРОВЕРКА ДЕНЕЖНОЙ ОЦЕНКИ, ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ.

АНАЛИЗ ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ (general equilibrium analysis) — анализ взаимоотношений между секторами ЭКОНОМИКИ

2. Анализ общего равновесия основывается на предположе-

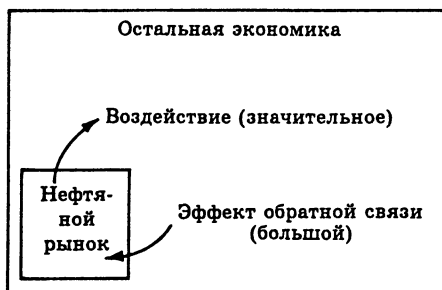


Рис. 6. Анализ общего равновесия. Рост цены нефти, вероятно, приведёт к повышению затрат во многих других отраслях промышленности и, следовательно, общего уровня цен и ставок заработной платы. Это повышение цен и заработной платы, в свою очередь, увеличивает затраты производства в нефтяной промышленности.

нии, что события в одном секторе могут оказать столь существенное влияние на другие секторы, что эффект обратной связи, в свою очередь, скажется на функционировании первого (см. рис. 6).

Таким образом, в анализе общего равновесия делается попытка определить характер и интенсивность межотраслевых связей, используя, например, анализ МОДЕЛИ «ЗАТРАТЫ—ВЫПУСК».

См. АНАЛИЗ ЧАСТНОГО РАВНОВЕСИЯ.

АНАЛИЗ РАВНОВЕСИЯ В СРАВНИТЕЛЬНОЙ СТАТИКЕ (comparative static equilibrium analysis) — метод экономического анализа, заключающийся в сравнении двух или более равновесных состояний, различия между которыми вызваны изменениями ЭКЗОГЕННЫХ ПЕРЕМЕННЫХ. Рассмотрим, например, влияние изменения спроса на экспорт на РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА (рис. 7). Допустим, что иностранцы увеличивают спрос на товары и услуги данной страны. Экспорт растет, и кривая совокупного спроса смещается вверх, в новое положение (AD_2), что приводит к установлению нового равновесного уровня национального дохода Y_2 (в точке H). Влияние увеличения экспорта можно измерить, сравнив новый уровень национального дохода с первоначальным.

См. ДИНАМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, ИЗМЕНЕНИЯ РАВНОВЕСНОЙ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ.

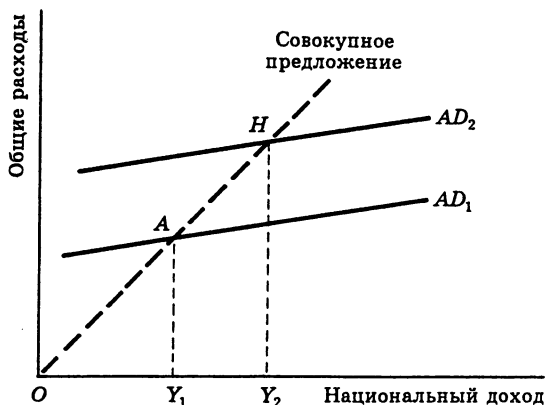


Рис. 7. Анализ равновесия в сравнительной статике. Первоначальный уровень национального дохода равен Y_1 (в точке A), где кривая совокупного спроса (AD_1) пересекает кривую совокупного предложения (AH).

АНАЛИЗ РИСКА (risk analysis) — систематический анализ степени риска, которому подвержены те или иные инвестиционные проекты. Риск отражает изменчивость ожидаемых в будущем доходов от инвестиций капитала, поэтому для принятия решения могут использоваться статистические методы теории вероятностей.

См. УПРАВЛЕНИЕ КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЯМИ, РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ.

АНАЛИЗ ЧАСТНОГО РАВНОВЕСИЯ (partial equilibrium analysis) — анализ отношений внутри отдельного сектора экономики (например, на отдельном рынке), основанный на допущении, что события, происходящие внутри этого сектора, оказывают столь незначительное влияние на другие секторы, что эффекты обратной связи будут отсутствовать или ими можно пренебречь. Например, маловероятно, что увеличение цен на морковь окажет существенное влияние на общий уровень цен, так что любой возможный эффект обратной связи может не приниматься во внимание при анализе рынка моркови. Таким образом, в анализе частного равновесия каждый сектор экономики трактуется (рассматривается) как независимая единица.

См. АНАЛИЗ ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ.

АННУИТЕТ (annuity) — серия равных платежей, производимых через фиксированные промежутки времени с момента осуществ-

вления исходных разовых ИНВЕСТИЦИЙ. «*Определённый аннуитет*» рассчитан на ограниченный период времени, и периодические выплаты по нему состоят частично из погашения долга (исходной суммы инвестиций), частично из процентных платежей, так что к концу этого периода остаток на счёте обращается в нуль. *Бессрочный аннуитет* не имеет срока действия, продолжается до бесконечности, и поэтому доходы по нему представлены только процентными платежами. Метод аннуитета применяется пенсионными фондами и компаниями по страхованию жизни.

АНТИКОНКУРЕНТНАЯ ПРАКТИКА (anticompetitive practice) — практика, приводящая к ограничению, нарушению или уничтожению конкуренции на рынке. Примерами антиконкурентной практики являются ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО, ОТКАЗ В ПОСТАВКЕ И СВЯЗАННЫЕ ПРОДАЖИ. ЗАКОН О КОНКУРЕНЦИИ 1980 г. предусматривает расследование антиконкурентных действий в Великобритании.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА (monopoly policy) — политика, выражающаяся в регулировании МОНОПОЛИЙ, СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ, СОГЛАШЕНИЙ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ, КАРТЕЛЕЙ, ПОДДЕРЖАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН И АНТИКОНКУРЕНТНОЙ ПРАКТИКИ.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

АПРИОРИ (a priori) — то, что считается истинным независимо от предмета обсуждения. Экономисты часто разрабатывают свои теоретические модели, ведя рассуждения дедуктивно: от определённых исходных предпосылок к общим выводам.

Например, основываясь на предпосылке, что потребители действуют рационально, стремясь максимизировать свою полезность при ограниченном доходе, экономисты в своих рассуждениях приходят к выводу, что потребители, как правило, увеличат покупки тех продуктов, относительная цена которых упала.

См. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК, РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

АРБИТРАЖ (arbitrage) — 1. Покупка БЛАГ, ЦЕННЫХ БУМАГ или ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ на одних РЫНКАХ с последующей продажей на других с тем, чтобы извлечь прибыль из разницы в ценах, действующих на этих рынках. Одновременно покупая на рынке с низкими ценами и продавая на рынке с высокими ценами, дилер может получить прибыль из расхождения в ценах на этих двух рынках. В то же время в процессе покупки и продажи дилер увеличивает СПРОС на рынке с низкими ценами и увеличивает ПРЕДЛОЖЕНИЕ на рынке с высокими ценами и, таким образом, уменьшает или уничтожает ценовое различие.

См. НАЛИЧНЫЙ РЫНОК, ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК, ПРОЦЕНТНЫЙ АРБИТРАЖ.

2. См. ТРЕТЕЙСКИЙ СУД.

АРЕНДУЕМАЯ СОБСТВЕННОСТЬ (leasehold property) — имущество, сданное в аренду (см. ДОГОВОР ОБ АРЕНДЕ) какому-либо лицу или фирме собственниками этого имущества на установленный в договоре период времени.

См. ПОЛНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ.

АССОРТИМЕНТ ИЗДЕЛИЙ, или **НОМЕНКЛАТУРА ПРОДУКЦИИ** (product mix) — множество ПРОДУКТОВ, предлагаемых ФИРМОЙ. Так как большинство видов продукции воспроизводит типичный жизненный цикл ПРОДУКТА, для компании выгодно постоянно поддерживать ассортимент из новых, растущих и зрелых продуктов. Кроме того, фирма может предлагать ряд похожих товаров для того, чтобы действовать на различных сегментах рынка, что является частью стратегии СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА. Фирма обычно рассматривает ассортимент своих изделий в контексте своей широкой МАРКЕТИНГОВОЙ СМЕСИ (определение цены, реклама и т. д.).

См. также МАТРИЦА «ПРОДУКТ—РЫНОК».

АССОЦИАЦИЯ ПО ЦЕННЫМ БУМАГАМ (The Securities Assotiation (TSA)) — организация, регулирующая деятельность фирм, совершающих сделки с ценными бумагами корпораций и государства на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ. В 1991 г. эта Ассоциация объединилась с ещё одной регулирующей организацией — Ассоциацией брокеров и дилеров на рынке фьючерсов.

См. САМОРЕГУЛИРУЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ.

АССОЦИАЦИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ, МЕНЕДЖЕРОВ И БРОКЕРОВ (Financik Internrediaries, Managers and Brokers Regulatory Association (FIMBRA)) — учреждение, занимающееся регулированием деятельности фирм, которые дают консультации и осуществляют финансовые сделки (такие, как операции по страхованию жизни, организация паевых инвестиционных фондов) в интересах своих клиентов.

См. САМОРЕГУЛИРУЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ.

АССОЦИИРОВАННАЯ КОМПАНИЯ (associated company) — АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ, в которой другая компания или группа владеет значительным, но не контрольным пакетом акций (чаще всего 20% или более голосующих акций, но не более 50%). В такой ситуации компания-инвестор может оказывать влияние на решения по торговой и финансовой политике ассоциированной компании, хотя в принципе ассоциированная компа-

ния остается независимой, со своим собственным управлением и своей ежегодной отчетностью, а не превращается в дочернюю фирму холдинговой компании.

АУДИТ (audit) — проверка квалифицированным аудитором БИЛАНСА и СЧЁТА ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ а также лежащей в их основе бухгалтерской документации с тем чтобы установить, дают ли эти финансовые отчёты верное и полное представление о компании и отвечают ли они соответствующим законодательным нормам.

См. также ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АУДИТ, ПРОВЕРКА ДЕНЕЖНОЙ СТОИМОСТИ.

АУКЦИОН (auction) — способ продажи ТОВАРОВ И УСЛУГ путём конкурентных торгов. Покупателем становится тот из участников, кто предложит наивысшую цену при условии, что была достигнута минимальная цена.

Б

БАЗИСНАЯ СТАВКА 1. (base rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, используемая КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ для расчёта процентных ставок, назначаемых на ссуды и овердрафты, предоставляемые их клиентам. Например, на заём для крупной компании может быть установлена процентная ставка, равная базисной ставке плюс 2%, тогда как на заём для более мелкого заёмщика может устанавливаться базисная ставка плюс 4%. Ранее базисные ставки привязывались непосредственно к УЧЕТНОЙ СТАВКЕ БАНКА, но теперь они определяются взаимодействием спроса и предложения на рынке краткосрочных кредитов, отражаемым в МЕЖБАНКОВСКОЙ КЛИРИНГОВОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКЕ.

2. (prime rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, устанавливаемая КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ по краткосрочным ЗАЙМАМ для своих наиболее предпочтительных клиентов. Базисная ставка несколько ниже других ставок по коммерческому кредиту и используется только для так называемых «высокодивидендных» компаний, т. е. крупных компаний с высокой кредитоспособностью.

См. БАНКОВСКАЯ ССУДА.

БАЗИСНЫЙ ГОД (base year) — исходный период, относительно которого производится ИНДЕКСАЦИЯ. Например, нынешний британский индекс розничных цен использует в качестве базисного 1987 год: средняя цена типичной корзины товаров в 1987 г. выбрана базой индекса (принята равной 100). В 1992 г. индекс составил 139 для всех товаров, входящих в корзину. Общепринято, чтобы в базисном периоде индекс всегда равнялся 100.

См. ИНДЕКС ЦЕН.

БАЗОВАЯ СТАВКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ (standard rate of taxation) — базовая ставка ПОДОХОДНОГО НАЛОГА, например 25 пенсов с 1 ф. ст. налогооблагаемого дохода. В системе ПРОГРЕССИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ применяется только к начальному диапазону налогооблагаемого дохода. Если же доход какого-либо

человека превышает рамки этого диапазона, то он платит с этого превышения большие налоги из-за более высокой ПРЕДЕЛЬНОЙ СТАВКИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ.

БАЛАНС (balance sheet) — бухгалтерский отчёт об АКТИВАХ и ПАСИВАХ фирмы на последний день операционного периода. В балансе перечисляются все принадлежащие фирме активы, а против них указываются уравнивающие их обязательства фирмы или требования тех людей, которые предоставили ей средства для приобретения этих активов. Активы делятся на ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ (основные активы) и ТЕКУЩИЕ АКТИВЫ, тогда как обязательства состоят из АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА, долгосрочных займов и ТЕКУЩИХ ПАССИВОВ (краткосрочных обязательств).

БАНК (bank) — принимающее вклады учреждение, имеющее лицензию, выданную органами, регулирующими движение денег в стране (в Великобритании — Банком Англии), на хранение денежных вкладов физических лиц, компаний и учреждений и возвращающее эти вклады по первому требованию (ТЕКУЩИЙ СЧЁТ) либо при условии предварительного уведомления (ДЕПОЗИТНЫЙ СЧЁТ). Банки оказывают разнообразные услуги своим клиентам (перевод денег, инвестиционная консультация и т. д.) и выдают кредиты за счёт денег, хранящихся в них, в форме займов и овердрафтов или используют свои средства для покупки ценных бумаг с целью получения прибыли. Есть множество видов банков: КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ, ТОРГОВЫЕ БАНКИ, СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЕ БАНКИ и ИНВЕСТИЦИОННЫЕ БАНКИ. В последние годы многие СТРОИТЕЛЬНЫЕ ОБЩЕСТВА также стали предоставлять ограниченный спектр банковских услуг.

См. БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА, ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК, ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

БАНК АНГЛИИ (Bank of England) — ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК Великобритании.

БАНК МЕЖДУНАРОДНЫХ РАСЧЁТОВ (БМР) (Bank for International Settlements (BIS)) — Международный банк, расположенный в Базеле и основанный в 1930 г., который первоначально выступал как координирующий орган центральных банков Германии, Франции, Италии, Бельгии и Великобритании в урегулировании неравновесия ПЛАТЁЖНЫХ БАЛАНСОВ и в других операциях центральных банков. Теперь его членами состоят все западноевропейские центральные банки, а также банки США, Канады и Японии. Хотя главным учреждением, отвечающим за положение дел в международной кредитно-денежной сфере, является МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД, а в ЕВРОПЕЙ-

СКОМ СООБЩЕСТВЕ — ЕВРОПЕЙСКАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА, БМР по-прежнему обладает большим влиянием как форум для обсуждения международной банковской практики и наблюдения за ней.

БАНКНОТА (bank note) — бумажные НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ, которые выпускаются ЦЕНТРАЛЬНЫМ БАНКОМ и образуют часть ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ страны. Банкноты составляют основную часть высоколиквидной денежной массы.

См. МОНЕТНЫЙ ДВОР, ЗАКОННОЕ ПЛАТЁЖНОЕ СРЕДСТВО, ФИДУЦИАРНАЯ ЭМИССИЯ.

БАНКОВСКАЯ ВЫПИСКА (bank statement) — периодически предоставляемая справка о сделках индивида или предприятия с БАНКОМ (или СТРОИТЕЛЬНЫМ ОБЩЕСТВОМ), в которой, с одной стороны, указываются денежные вклады и оплаченные чеки, а с другой — изъятие денег со вклада и чеки, выписанные и представленные к оплате.

БАНКОВСКАЯ НАЛИЧНОСТЬ (till money) — НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ (БАНКНОТЫ и МОНЕТЫ), которые держат КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ, чтобы обеспечивать ежедневную потребность в деньгах своим клиентам. Наличные деньги включаются в КОЭФФИЦИЕНТ НАЛИЧНЫХ СРЕДСТВ и НОРМУ РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ.

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА (banking system) — сеть КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ и других, более специализированных БАНКОВ (ИНВЕСТИЦИОННЫХ БАНКОВ, СБЕРЕГАТЕЛЬНЫХ БАНКОВ, ТОРГОВЫХ БАНКОВ), которые принимают у населения, фирм и других учреждений вклады (депозиты) и сбережения, обеспечивают перевод денег, предоставляют займы и кредиты, инвестируют в ценные бумаги корпораций и государства и т. д. Банковская система является частью более широкой ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ и оказывает большое влияние на функционирование денежной экономики страны. Банковские депозиты занимают центральное положение в ПРЕДЛОЖЕНИИ ДЕНЕГ страны, поэтому банковская система жёстко регулируется государственными властями.

См. ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК, СИСТЕМА КЛИРИНГОВЫХ ПАЛАТ.

БАНКОВСКАЯ ССУДА (bank loan) — определённая сумма денег, предоставленная физическому лицу или предприятию (заёмщику) КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ, СБЕРЕГАТЕЛЬНЫМ БАНКОМ и т. д. (кредитором). Банковская ссуда — форма КРЕДИТА, предоставляемого на определённый срок, обычно под фиксированную ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ, привязанную к базовой процентной ставке, с погашением долга либо на основе регулярных платежей, либо целиком в специально назначенный день погашения. С другой

стороны, банковская ссуда может принять форму овердрафта, при котором клиенты могут занимать столько денег, сколько им нужно, вплоть до заранее установленного общего предела, причём на полученную сумму они должны выплачивать процент.

В случае, когда заёмщиком выступает предприятие, банковские ссуды используются для пополнения ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА и часто продлеваются незадолго до истечения срока их действия, обеспечивая, таким образом, заёмщика возобновляемым кредитом.

В зависимости от характера ссуды и степени связанного с ней риска банковские ссуды могут быть необеспеченными и обеспеченными. В последнем случае заёмщик должен предоставить банку ЗАЛОГ (например, титул собственности на дом) в качестве обеспечения на случай невозвращения ссуды.

БАНКОВСКИЙ ВКЛАД (bank deposit) — сумма денег, хранящаяся в КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ (или СБЕРЕГАТЕЛЬНОМ БАНКЕ). Банковские вклады бывают двух основных видов: бессрочные депозиты (ТЕКУЩИЕ СЧЕТА), которые возвращаются по первому требованию; срочные депозиты (ДЕПОЗИТНЫЕ СЧЕТА), которые обычно возвращаются при условии предварительного уведомления. Бессрочные депозиты обладают мгновенной ликвидностью. Они используются для финансирования ежедневных сделок либо в форме снятия со счёта НАЛИЧНЫХ ДЕНЕГ, либо в форме перевода ЧЕКА. Срочные депозиты обычно хранятся в течение более длительного времени для осуществления нерегулярных платежей или как сбережения.

Банковские депозиты составляют важную компоненту ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

БАНКРОТСТВО — см. НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ.

БАРТЕР (barter) — ОБМЕН одного экономического блага на другое. Бартеру как механизму обмена присущ ряд серьезных недостатков.

(а) Чтобы бартер имел место, необходимо «совпадение потребностей», т. е. каждая сторона обмена должна предложить то, в чем нуждается другая. Например, производитель яблок, желающий получить апельсины, должен найти не просто производителя апельсинов, но производителя апельсинов, который хочет приобрести яблоки. Поиск подходящих партнеров для обмена может оказаться длительной процедурой и отнять время, которое можно было бы посвятить производству благ.

(б) Даже если стороны встретились, им нужно договориться по поводу «нормы обмена» (например, сколько яблок нужно отдать в обмен на один апельсин). Переговоры об условиях обмена опять-таки отнимают время, и, если между этими двумя сторонами соглашение не будет достигнуто, им снова придется искать партнеров для обмена.

В целом бартер — весьма неэффективное средство для осуществления сделок, и поэтому в современной экономике он почти полностью вытеснен системой обращения, основанной на ДЕНЬГАХ.

См. ВСТРЕЧНЫЙ ТОВАРООБМЕН, ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА.

БАРЬЕРЫ ВХОДА (barriers to entry) — элемент СТРУКТУРЫ РЫНКА, характеризующий препятствия к появлению на РЫНКЕ новых участников. Препятствия к вхождению на рынок имеют различную природу:

(а) преимущество более низких затрат у укоренившихся фирм, возникшее в результате того, что они владеют значительной долей рынка и реализуют в производстве и сбыте ЭКОНОМИЮ ОТ МАСШТАБА;

(б) сильная приверженность потребителей к продуктам укоренившихся фирм, сформировавшаяся в результате деятельности, направленной на ДИФФЕРЕНЦИАЦИЮ ПРОДУКТА;

(в) контроль над источниками сырья, технологией и рынками со стороны укоренившихся фирм, осуществляемый либо прямым владением, либо через ПАТЕНТЫ, ФРАНШИЗУ и ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО;

(г) большие капитальные затраты, которые должны осуществить новые участники, чтобы начать производство и покрыть убытки начальной стадии входа на рынок.

Экономическое значение входных барьеров заключается в том, что они могут заблокировать ВХОД НА РЫНОК и тем самым дают возможность укоренившимся фирмам получать СВЕРХПРИБЫЛЬ и воздействуют на функцию РАЗМЕЩЕНИЯ РЕСУРСОВ, выполняемую рынками.

Вышеперечисленные факторы могут поставить серьезные проблемы перед небольшим, начинающим с нуля новым участником (см. НОВООБРАЗУЮЩИЕ ИНВЕСТИЦИИ). Однако они могут не оказать почти никакого воздействия на крупную фирму-конгломерат, располагающую обширными финансовыми ресурсами, которая пытается войти на этот рынок путём СЛИЯНИЯ с укоренившимся производителем или ПОГЛОЩЕНИЯ его. Более того, основную теоретическую предпосылку доступа, что укоренившиеся фирмы всегда имеют преимущества перед потен-

циальными участниками, следует также поставить под сомнение. В обстановке динамического рынка новые участники могут ввести новую технологию, опередив существующие фирмы, или разработать новый продукт, что даст им КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА перед укоренившимися фирмами.

См. также УСЛОВИЯ ВХОДА, ЛИМИТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КОНКУРЕНТ, ОЛИГОПОЛИЯ, МОНОПОЛИЯ, ГИБКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СИСТЕМА.

БАРЬЕРЫ ВЫХОДА (barriers to exit) — элемент СТРУКТУРЫ РЫНКА, характеризующий препятствия на пути фирмы, намеревающейся покинуть РЫНОК, которые удерживают фирму на рынке несмотря на падение объёма продаж и прибыльности. Выходные барьеры определяются тем, владеет ли фирма используемыми ею активами или она арендует их; имеют ли эти активы специальное назначение или могут быть использованы в иных направлениях; можно ли реализовать активы на рынках подержанного имущества; какова степень недоиспользования ёмкости рынка и степень развитости производственной и сбытовой инфраструктур. Барьеры выхода определяют лёгкость, с которой фирмы могут покинуть приходящие в упадок рынки, и, таким образом, воздействуют как на прибыльность фирм, так и на функционирование рынков.

См. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА, РЫНОК ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ.

БЕЗВОЗВРАТНЫЕ ЗАТРАТЫ (sunk cost) — любые расходы на специализированные ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА длительного пользования, например на машины и оборудование, которые не могут быть использованы для других целей или быстро перепроданы. Безвозвратные затраты не влияют на ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ и не оказывают воздействия на краткосрочные производственные решения.

См. также АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ, БАРЬЕРЫ ВЫХОДА.

♦**БЕЗ ДИВИДЕНДА** (ex-dividend) — отсутствие права на получение дивиденда по АКЦИИ 1. Если акции куплены на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ и на них написано «без дивиденда», то покупатель не имеет права на ближайший по времени дивиденд, начисляемый на эту акцию. Ср. «ВКЛЮЧАЯ ДИВИДЕНД».

БЕЗНАДЁЖНЫЙ ДОЛГ (bad debt) — бухгалтерский термин, обозначающий деньги, отданные в долг, которые вряд ли будут возвращены, поскольку, например, должник обанкротился (см. НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ). Такие безнадёжные долги списываются за счёт ПРИБЫЛЕЙ операционного периода.

См. КРЕДИТНЫЙ КОНТРОЛЬ.

БЕЗРАБОТИЦА (unemployment) — недоиспользование труда, в результате чего фактический объем продукта экономики (см. ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ) меньше ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА. Устранение безработицы и достижение полной занятости является одной из главных целей МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ государства.

Уровень безработицы измеряется в процентах от общей численности рабочей силы (см. рис. 8).

Существуют самые разные причины, вызывающие безработицу. Их можно подразделить на три основных типа:

(а) недостаточный уровень совокупного спроса (циклическая безработица);

а

	Великобритания	Германия	Япония	США
1984	13.0	8.5	2.7	7.4
1985	13.1	8.6	2.6	7.1
1986	13.3	8.3	2.8	6.8
1987	10.2	6.2	2.8	6.1
1988	8.3	6.1	2.5	5.4
1989	6.9	5.6	2.2	5.2
1990	6.9	5.1	2.1	5.4

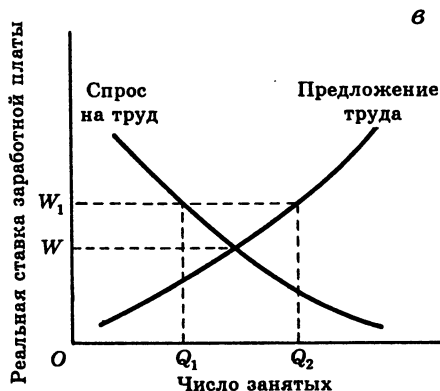
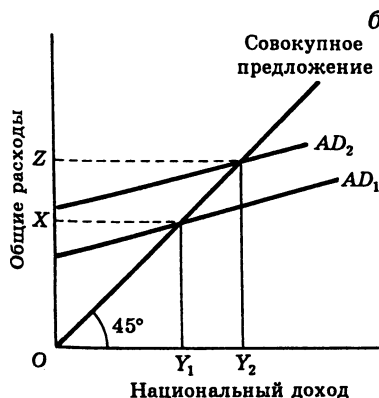


Рис. 8. Безработица. а. Уровни безработицы (в процентах) для Великобритании, Германии, Японии и США (источник: OECD, NIESR); б, в — см. текст.

(б) изменение структуры спроса (структурная безработица);
 (в) безработица, связанная с факторами предложения (естественная).

Циклическая безработица имеет место тогда, когда СОВОКУПНЫЙ СПРОС недостаточен для совершения покупок в объёме СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ, соответствующего полной занятости (потенциальный ВВП). В модели РАВНОВЕСНОГО УРОВНЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, изображенной на рис. 86, равновесный национальный доход Y_1 меньше национального дохода при полной занятости Y_2 из-за недостаточности уровня расходов, равной ДЕФЛЯЦИОННОМУ РАЗРЫВУ (XZ). Традиционное «лекарство» в этой ситуации — повышение расходов посредством рефляционной (см. РЕФЛЯЦИЯ) ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ для того, чтобы вызвать сдвиг кривой совокупного спроса с AD_1 до AD_2 (см. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ).

Безработица может быть вызвана не только недостаточным уровнем спроса, но и неблагоприятными изменениями его структуры. Например, СТРУКТУРНАЯ БЕЗРАБОТИЦА вызывается долгосрочным снижением спроса на отдельные продукты, ведущим к упадку отраслей, которые производят такие продукты. В Великобритании к числу этих отраслей относятся добыча угля, судостроение и текстильная промышленность. Эти отрасли производства сконцентрированы в определённых регионах страны, что увеличивает «региональную безработицу», так как снижение уровня производства, в свою очередь, приводит к понижению спроса на продукцию местных производителей и способствует понижению уровня расходов во всем регионе (см. МУЛЬТИПЛИКАТОР). Краткосрочные, сезонные изменения спроса также могут увеличить или уменьшить число рабочих мест (в качестве примера можно привести уменьшение рабочих мест в британской сфере туризма в течение зимних месяцев).

Безработица, связанная с факторами предложения, может быть нескольких типов. Первый из них — «технологическая безработица». Она представляет собой уменьшение числа рабочих мест, вызванное внедрением новых технологий, которые повышают производительность, уменьшая при этом количество занятой рабочей силы и делая профессиональную квалификацию рабочих устаревшей. Второй тип — «фрикционная безработица», связанная с переходом людей с одной работы на другую. Уровень и продолжительность фрикционной безработицы будут зависеть от того, имеют ли рабочие необходимую квалификацию для занятия имеющихся рабочих мест и есть ли такие рабочие места в соответствующих регионах страны. Третий тип — «вынужденная безработица», которая возникает

когда нетрудоспособность людей создает им трудности в получении работы. Четвертый тип — «добровольная безработица», которая означает, что у людей отсутствуют стимулы или желание работать. Пятый тип — «безработица, связанная с реальной зарплатой», или «классическая безработица». В этом случае реальные СТАВКИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ слишком высоки, в результате рабочие «оценивают себя неподходящими для работы», как показано на рис. 86. Если заработная плата находится на уровне W_1 , а не на W (например, в результате действия закона о МИНИМАЛЬНОЙ СТАВКЕ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ или деятельности профсоюзов), возникнет безработица, равная $Q_1 Q_2$.

Наконец, страны, вовлеченные в большой степени в международную торговлю, могут столкнуться с безработицей из-за международной конкуренции. Если страна сконцентрировала свои ресурсы на производстве продуктов, мировой спрос на которые понижается, или если она терпит убытки на инвестициях в создание новых продуктов или новых заводов, то конкурентоспособность (как ценовая, так и неценовая) этой страны по отношению к иностранным производителям понижается, что может привести к прогрессирующему замещению отечественной продукции более конкурентоспособной иностранной продукцией (см. ПРОНИКНОВЕНИЕ ИМПОРТА) и уменьшению числа рабочих мест во всей экономике.

Для устранения безработицы, вызванной изменениями структуры спроса или связанной с факторами предложения, могут быть использованы различные меры. СТИМУЛЫ К ИНВЕСТИЦИЯМ (гранты, субсидии, налоговые льготы и т. д.), например, содействуют созданию новых предприятий и отраслей, а также расширению существующих предприятий и отраслей с целью устранения «структурной» и «технологической» безработицы (см. ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА). В особенности такие стимулы могут быть нацелены на устранение «региональной» безработицы посредством поощрения новых инвестиций в развитие отсталых районов (см. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА). Кроме того, финансирование расходов на переезды и обеспечение жильем увеличивает географическую мобильность рабочей силы, а появление возможности ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ — степень профессиональной мобильности, что опять-таки помогает устранить «структурную» и «технологическую» безработицу. Государственная поддержка организаций, направленная на то, чтобы помочь им в найме нетрудоспособных людей, может способствовать снижению «вынужденной безработицы», в то время как «добровольную безработицу» можно уменьшить посредством изменений в СИСТЕМЕ ПОСОБИЙ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕ-

ЧЕНИЮ, чтобы стимулировать людей к поискам работы. Наконец, «безработица, связанная с реальной зарплатой», может быть снижена посредством мер по увеличению гибкости РЫНКА ТРУДА, например посредством ограничений власти профсоюзов, проявляющейся в использовании ЗАКРЫТЫХ ЦЕХОВ, и борьбы с другими формами ограничительной трудовой практики. В целом все перечисленные меры способствуют повышению общего уровня и эффективности использования ресурсов в экономике, что увеличивает производственный потенциал страны и её конкурентоспособность на мировом рынке.

См. ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, СКРЫТАЯ БЕЗРАБОТИЦА 1, СКРЫТАЯ БЕЗРАБОТИЦА 2, ИЗБЫТОК ТРУДА, ЛОВУШКА БЕДНОСТИ.

БЕЗУБЫТОЧНОСТЬ (break-even) — уровень выпуска и объём продаж в коротком периоде, когда производитель получает дохода ровно столько, сколько требуется, чтобы покрыть свои постоянные и переменные затраты, не имея ни ПРИБЫЛИ, ни УБЫТКОВ. Если продажная цена продукта превышает единичные ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, то каждая следующая проданная единица продукта будет приносить ВАЛОВУЮ ПРИБЫЛЬ. При объёме продаж, достаточном, чтобы превышение выручки над переменными затратами покрыло ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ, компания достигает состояния безубыточности. Если объём продаж ниже уровня безубыточности, то постоянные затраты не покрываются и производитель несёт убытки. Если объём продаж превышает уровень безубыточности, то производитель не только окупает все издержки, но и получает прибыль. См. рис. 9.

БЕССРОЧНЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ (irredeemable financial security or undated security) — ценные бумаги, такие как ПРИВИЛЕГИРОВАННЫЕ АКЦИИ или КОНСОЛИ, которые выпускаются на неопределённый период времени и никогда не погашаются.

Ср. ПОГАШАЕМАЯ ЦЕННАЯ БУМАГА.

БИРЖА ТРУДА, или ЦЕНТР ЗАНЯТОСТИ (employment exchange or job centre) — государственная организация, которая способствует стабильному функционированию РЫНКА ТРУДА, собирая и публикуя информацию о вакантных рабочих местах.

См. ЗАРЕГИСТРИРОВАННАЯ БЕЗРАБОТИЦА.

БЛАГА, или ТОВАРЫ (goods or commodities) — любые материальные экономические продукты (автомобили, стиральные машины, инструменты, агрегаты и т. д.), которые способствуют прямо (см. КОНЕЧНЫЕ ПРОДУКТЫ) или косвенно (см. ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ) удовлетворению человеческих потребно-

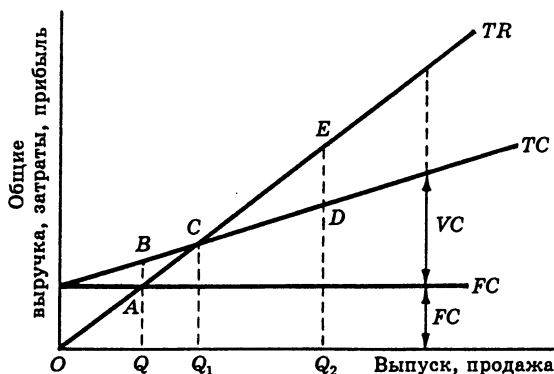


Рис. 9. Безубыточность: затраты и доход производителя в коротком периоде. Постоянные затраты не изменяются с величиной выпуска, поэтому они изображены в виде горизонтальной линии FC . Общие затраты состоят из постоянных затрат и общих переменных затрат и показаны линией TC . Общий доход (выручка) растёт по мере увеличения выпуска и объёма продаж (линия TR). При низком уровне выпуска (например, Q) общие затраты превышают общий доход и производитель несёт убытки, равные AB . При высоком уровне выпуска (Q_2) доход превышает затраты и производитель получает прибыль, равную DE . При выпуске Q_1 доход точно соответствует общим затратам (C) и производитель достигает точки безубыточности.

стей. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ и ТОВАРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ — важные компоненты ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА.

БМР — см. БАНК МЕЖДУНАРОДНЫХ РАСЧЕТОВ.

БОГАТСТВО (wealth) — запас АКТИВОВ, являющихся собственностью индивидов или домашних хозяйств, за вычетом долговых обязательств. На макроуровне широко применяемым показателем общего запаса богатства страны является показатель «реализуемого имущества» («marketable wealth»). Под «реализуемым имуществом» подразумеваются физические и финансовые активы, обладающие относительно высокой ликвидностью. Ниже показано распределение в Великобритании реализуемого имущества. В 1989 г. наиболее богатые 5% населения владели 38% общего реализуемого имущества, которое оценивалось в 1578 млрд ф. ст. Общее реализуемое имущество включает землю и жилье (за вычетом ипотечной задолженности), потребительские предметы длительного пользования, акции, депо-

зиты банков и строительных обществ и другие финансовые активы (по: Social Trends, 1992).

Доля наиболее богатых, %	Доля в общем имуществе, %
1	18
5	38
10	53
25	75
50	94

БОЙКОТ (boycott) — 1. Прекращение поставок БЛАГ производителем или производителями сбытовому, чтобы заставить его перепродавать эти товары только на условиях, определённых производителем. В прошлом бойкоты часто использовались как средство принуждения к ПОДДЕРЖАНИЮ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН.

2. Полный или частичный запрет на экспорт или импорт. Прекращение МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ с отдельной страной со стороны других стран.

БОЛЬШАЯ СЕМЁРКА (Group of 7 (G7)) — неофициальная группа из семи основных индустриальных стран, проводящих регулярные встречи для обсуждения проблем, представляющих взаимный интерес, в частности стабилизации мировых экономических условий перед лицом потенциально разрушительных плавающих валютных курсов (см. СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ) и усиливающегося ПРОТЕКЦИОНИЗМА. В Семёрку входят министры финансов и управляющие центральных банков США, Японии, Германии, Франции, Великобритании, Италии и Канады.

БОНУСНАЯ ЭМИССИЯ (capitalization issue or scrip issue) — выпуск АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ дополнительных АКЦИЙ для своих старых АКЦИОНЕРОВ на безвозмездной основе. Бонусная эмиссия обычно осуществляется, когда компания в течение нескольких лет не распределяла прибыли по акциям и, таким образом, накопила значительные РЕЗЕРВЫ или сделала переоценку основного капитала и накопленных резервов капитала. Если компания намеревается капитализировать резервы, она может сделать это, выпустив дополнительные акции, по суммарной номинальной стоимости совпадающие с резервами, и предоставить их как ПРЕМИАЛЬНЫЕ АКЦИИ своим акционерам пропорционально доле каждого из них в акционерном капитале.

См. также НЕРАСПРЕДЕЛЁННАЯ ПРИБЫЛЬ.

БОСТОНСКАЯ МАТРИЦА (Boston matrix) — матрица, разработанная Бостонской консультационной группой, для анализа политики развития продукции фирмы и связанных с этим денежных потоков. Ниже изображена матрица, используемая для выявления того, какие продукты являются источниками денег, а какие — потребителями. По строкам матрицы отложены темпы роста рынка: чем быстрее растёт рынок для какого-либо продукта, тем больше требуется инвестиций и тем больше затрачивается денег. По столбцам откладывается доля рынка: чем больше доля рынка у данной фирмы, тем больше её прибыль и, следовательно, тем больше денег она получает. Матрица роста доли рынка включает в себя четыре крайних типа продукта:

Темп роста рынка	Доля рынка	
	большая	небольшая
Высокий	«Звезда»	«Трудный ребёнок»
Низкий	«Дойная корова»	«Собака»

(а) «Звезда» — продукты с высоким темпом роста (потребляют деньги) и большой долей рынка (приносят деньги). Продукты типа «звезда» — обычно новые продукты, находящиеся в фазе роста ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА.

(б) «Трудный ребёнок» — продукты с высоким темпом роста (потребляют деньги) и небольшой долей рынка (приносят мало денег). «Трудные дети» приводят к утечке средств, но у них есть будущее при условии, что их доля рынка будет увеличена.

(в) «Дойная корова» — продукты с низким темпом роста и большой долей рынка (приносят много денег). «Дойные коровы» — это обычно «зрелые» продукты на поздних стадиях своего жизненного цикла.

(г) «Собака» — продукты с низким темпом роста и небольшой долей рынка, приносящие деньги. «Собаки», как правило, имеют небольшой потенциал будущего развития.

Для любой фирмы важно иметь сбалансированный портфель «дойных коров», «звёзд» и т. д. и использовать средства, привлечённые «дойными коровами» для развития «трудных детей», если она хочет гарантировать свою жизнеспособность в

долгосрочном плане с помощью своей политики развития продукции.

См. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, МАТРИЦА ПРОДУКТ — РЫНОК.

БРЕМЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ (*burden of debt*) — процентные платежи по долгу, возникающие в результате ЗАЙМА, взятого индивидами, фирмами и государствами.

Процентные платежи по ГОСУДАРСТВЕННОМУ долгу выплачиваются за счёт доходов от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и прочих поступлений. Понятие «бремя», казалось бы, подразумевает, что государственная задолженность — это «плохо», ибо финансовые обязательства от нынешних поколений (расходующих чрезмерно много) переходят к будущим поколениям. Однако здесь важно подчеркнуть, что процент, выплачиваемый по национальному долгу, представляет собой ТРАНСФЕРТНЫЙ ПЛАТЁЖ и не является чистым вычетом из объёма производства товаров и услуг при условии, что большая часть этой задолженности есть долг перед гражданами страны.

ИНФЛЯЦИЯ уменьшает реальное бремя задолженности, если долг выражен в НОМИНАЛЬНЫХ ВЕЛИЧИНАХ.

См. ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ.

БРИТАНСКАЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ГРУППА (*British technology group*) — английская организация, образовавшаяся в 1981 г. в результате слияния Национальной корпорации по исследованиям и разработкам и Национального совета по предпринимательству, целью которой является повышение эффективности промышленности и стимулирование инноваций путём финансирования инвестиций и перестройки в промышленности.

См. ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА.

БРОКЕР (*stockbroker*) — агент, который по поручению своих клиентов покупает и продает такие ЦЕННЫЕ БУМАГИ, как АКЦИИ 1, АКЦИИ 2 и ОБЛИГАЦИИ, и получает за осуществление этих сделок комиссионные. Некоторые брокеры действуют вдобавок как «джобберы», выполняя основную функцию по созданию рынка ценных бумаг.

См. СОЗДАТЕЛЬ РЫНКА, ФОНДОВАЯ БИРЖА.

«**БРОСОВАЯ**» ОБЛИГАЦИЯ (*junk bond or mezzanine debt*) — разговорное выражение, используемое для обозначения ценных бумаг, являющихся формами ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА с высокой степенью риска и высоким процентом. Такие ценные бумаги выпускаются компанией как средство заимствования денег

для финансирования попытки поглощения или УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ВЫКУПА. Так называемые «рычажные» попытки поглощения и выкупы вынуждают компанию увеличивать долю заёмного капитала по сравнению с собственным, повышая таким образом свой ЛЕВЕРЕДЖ.

БУМ (boom) — фаза ДЕЛОВОГО ЦИКЛА, характеризующаяся достижением уровня выпуска, обеспечивающего полную занятость (ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ), и изменением общего уровня цен в сторону повышения (см. ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ). Бум является следствием высокого уровня СОВОКУПНОГО СПРОСА, который либо складывается в естественном порядке, либо стимулируется экспансионистской ФИСКАЛЬНОЙ или КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКОЙ.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

БУНДЕСБАНК (Bundesbank) — ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК Германии.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ (inflation accounting) — методы учёта деятельности фирмы, позволяющие корректировать влияние ИНФЛЯЦИИ на показатели и оценивать реальные финансовые результаты. В период роста цен, когда покупательная способность денежной единицы падает, расчёты прибыли на основе ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ СТОИМОСТИ ЗАПАСОВ и ОСНОВНОГО КАПИТАЛА обычно преувеличивают реальную величину прибыли в СЧЁТЕ ПРИБЫЛЕЙ и УБЫТКОВ и БАЛАНСЕ.

♦**БЫК**♦ (bull) — человек, который рассчитывает на повышение в будущем цен на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ или РЫНКЕ ПЕРВИЧНЫХ БЛАГ и пытается заработать деньги, покупая акции или товары. Ср. «МЕДВЕДЬ».

См. НАЛИЧНЫЙ РЫНОК, ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК, РЫНОК «БЫКОВ».

БЮДЖЕТ (budget) — план доходов и расходов государства, фирмы, домашнего хозяйства на определённый срок.

См. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ, БЮДЖЕТ ДОМАШНЕГО ХОЗЯЙСТВА, БЮДЖЕТ ФИРМЫ.

БЮДЖЕТ ДОМАШНЕГО ХОЗЯЙСТВА (budget (household)) — планируемые доходы и расходы домохозяйства на определённый период времени. Расходы домохозяйства зависят от его РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ пытается объяснить, как домохозяйства или индивиды распределяют свой доход, расходуя его на различные товары и услуги.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

БЮДЖЕТ ФИРМЫ (budget (firm)) — план доходов и расходов фирмы на определённый предстоящий период. Годовые или



Рис. 10. Бюджетная линия. При доходе потребителя 10 ф. ст. и цене блага $X = 50$ пенсов, а блага $Y = 1$ ф. ст. он может купить 20 единиц блага X , или 10 единиц Y , или оба блага в каком-либо сочетании, например 10 единиц X и 5 единиц Y . Наклон бюджетной линии отражает относительные цены двух этих благ.

ежемесячные бюджеты продаж, производства, затрат и капитальных расходов позволяют фирме планировать будущую деятельность и, собирая фактические данные о продажах, производственных затратах и т. п., сравнивать их с бюджетом, чтобы более эффективно контролировать эту деятельность.

БЮДЖЕТНАЯ ЛИНИЯ, или **ЛИНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ** (budget line or consumption possibility line) — линия, показывающая альтернативные сочетания благ, которые могут быть приобретены потребителем при данном уровне дохода и данных ценах (см. рис. 10).

См. также РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ТЕОРИЯ ВЫЯВЛЕННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ, ЭФФЕКТ ЦЕНЫ.

БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ (budget deficit) — превышение ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ над государственными доходами за какой-либо финансовый год. Государственные поступления — это прежде всего поступления от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ физических и юридических лиц, но имеются и другие источники доходов, например продажа долей государства в частных или общественных предприятиях. Управление дефицитом госбюджета (*финансирование дефицита*) является инструментом ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ, дающим возможность государству воздействовать на уровень СОВОКУПНОГО СПРОСА и ЗАНЯТОСТИ в стране. Такого рода политика пропагандировалась в 1930-х гг. ДЖ. КЕЙН-

сом как способ выхода из имевшей место депрессии. До того господствовало мнение, что государство должно проводить политику сбалансированного бюджета, не вмешиваясь в положение дел в экономике. Дж. Кейнс утверждал, что государству следует вмешиваться в экономику, сознательно идя на разбалансированность бюджета с тем, чтобы «влиять» дополнительный совокупный спрос в экономику, находящуюся в состоянии депрессии, и наоборот.

После второй мировой войны большинство государств Запады использовало бюджетный дефицит для поддержания высокого уровня занятости и стимулирования экономического роста. При повышении потребности государственного сектора в займах бюджетный дефицит финансировался за счёт выпуска казначейских векселей и долгосрочных облигаций. Такая политика приемлема до тех пор, пока экономика растёт и процентные платежи по этим займам не стали непропорционально велики по сравнению с общим уровнем государственных расходов. Если государство берёт займы больше, чем необходимо для поддержания долгосрочного экономического роста и для осуществления антициклической политики, это в конце концов приводит к инфляции. Следовательно, ключевое значение имеет то, как долго и насколько расходы больше (или меньше) доходов.

Бюджетный излишек (избыток) — противоположное явление, т. е. превышение государственных доходов над расходами.

См. АВТОМАТИЧЕСКИЕ (ВСТРОЕННЫЕ) СТАБИЛИЗАТОРЫ, КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИКА, ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ, УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

БЮДЖЕТНЫЙ ИЗЛИШЕК (ИЗБЫТОК) (budget surplus) — превышение поступлений от налогообложения над государственными расходами. Бюджетный излишек используется как инструмент фискальной политики для понижения уровня совокупного спроса в экономике.

См. БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ, ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ.

В

ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (contribution) — разница между ВРУЧКОЙ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ продукта и ПЕРЕМЕННЫМИ ЗАТРАТАМИ его производства. Если общая валовая прибыль равна ПОСТОЯННЫМ ЗАТРАТАМ производства, то производитель достигает БЕЗУБЫТОЧНОСТИ; если валовая прибыль меньше постоянных затрат, то производитель терпит УБЫТКИ; когда же валовая прибыль превышает постоянные затраты, производитель получает ПРИБЫЛЬ.

См. МИНИМИЗАЦИЯ УБЫТКОВ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ.

ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ (ВВП) (gross domestic product (GDP)) — общая стоимость всех конечных ТОВАРОВ и УСЛУГ, произведенных в экономике в течение года. Валовой внутренний продукт может быть представлен как:

(а) сумма стоимостей, добавленных в каждой отрасли в процессе производства в течение года (производственный метод);

(б) сумма доходов факторов, полученных при производстве годового выпуска (распределительный метод);

(в) сумма расходов на товары и услуги, произведённые данной страной за год (метод конечного использования).

См. ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ (ВНП) (gross national product (GNP)) — стоимость всех конечных товаров и услуг, произведённых экономикой в течение года (ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ), плюс чистый доход от собственности за границей (процентная рента, дивиденды и прибыли).

См. ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ВНП — важный показатель *общего* экономического процветания страны, тогда как **ВНП на душу населения** (см. ДОХОД НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ) дает представление о *среднем* УРОВНЕ ЖИЗНИ населения. При выражении ВНП нескольких стран в некоей общей валюте (например, долларах США) становится возможным сравнение общего экономического благосостояния разных

стран, как это показано ниже (по: World Development Report, World Bank, 1992).

	ВНП в 1990 г., млн долл. США
Развитые страны	
Великобритания	975200
Германия	1 488 200
Япония	2 942 900
США	5 392 300
Развивающиеся страны	
Сомали	890
Мозамбик	1 300
Непал	2 900
Индия	254 500

См. ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ, ДЕФЛЯТОР ВНП.

ВАЛОВЫЕ ВНУТРЕННИЕ ИНВЕСТИЦИИ (ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ) (gross domestic-fixed capital formation) — общие расходы на ИНВЕСТИЦИИ в ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ (предприятия, оборудование и т. д.) в экономике в течение года. Валовые внутренние инвестиции в основной капитал — один из компонентов ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА. Однако в связи с ПОТРЕБЛЕНИЕМ КАПИТАЛА (выбытие основного капитала вследствие износа) *чистые внутренние инвестиции в основной капитал* могут быть значительно меньше валовых инвестиций. В этом случае *чистый прирост ЗАПАСА КАПИТАЛА* будет гораздо меньше, чем *общий прирост без учёта АМОРТИЗАЦИИ капитала*.

См. ЧИСТЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ.

ВАЛЮТНАЯ ПРЕМИЯ (premium)— уровень, до которого повышается рыночный ВАЛЮТНЫЙ КУРС по отношению к «официальному» валютному курсу при СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННЫХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ.

ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ (exchange rate exposure) — величина возможных потерь и выигрышей фирмы в её международных сделках (выраженная в единицах национальной валюты), порождаемых изменениями ВАЛЮТНОГО КУРСА. Фирма может быть подвержена риску колебаний валютных курсов в двух направлениях:

(а) *Риск сделок* возникает, когда фирма экспортирует и/или импортирует товары, услуги или капитал. Например, если фирма продаёт за рубеж какое-то изделие, выписывая счёт-фактуру клиенту в валюте его страны, и предоставляет ему кредит сроком на 60 дней, то она подвержена воздействию колебаний валютного курса в течение этих 60 дней, так как эти колебания могут уменьшить или увеличить ценность выручки, выра-

женную в единицах национальной валюты. Если валютный курс иностранной валюты, выраженный в национальной валюте, резко снизится, то потери на разнице валютных курсов могут полностью поглотить прибыль от этой сделки.

(б) *Экономический риск*, или *риск денежных потоков*, связан с воздействием колебаний валютного курса на будущие денежные потоки, порождаемые производственной и сбытовой деятельностью компании. Длительные или резкие изменения валютных курсов вполне могут заставить фирму пересмотреть свою стратегию получения услуг на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ и стратегию обеспечения сырьевыми ресурсами. Например, фирма, которая поставляет на внешний рынок продукцию, производимую ею на своих отечественных предприятиях, в том случае, если ревальвация валютного курса сделает цены на экспорт неконкурентоспособными, может открыть свое производство за границей.

Фирма может уменьшить свой риск возможных потерь, вызываемых изменениями валютного курса, используя различные способы. Во-первых, у неё есть возможность применить внутренние методы управления риском, а именно: *валютное совмещение* (совмещение хранения иностранной валюты с равными по величине кредитами в той же валюте); *опережения и отставания* (ускорение или затягивание расчётов по внешне-торговым операциям при ожидании изменений валютных курсов); *взаимную компенсацию* валютных поступлений и платежей между дочерними компаниями ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ (возмещение поступлений и платежей друг другу, приводящее к тому, что остаётся лишь чистое внутрифирменное сальдо, выраженное в иностранной валюте). Во-вторых, фирма может использовать внешние договорные формы, которые уменьшают или устраняют какой бы то ни было риск путём хеджирования. К числу этих договорных форм относятся: срочные контракты на покупку и продажу валют (см. ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК), ФАКТОРИНГ (продажа долгов фирмы), покупка и продажа валютных ОПЦИОНОВ, получение кредита в иностранной валюте, применение гарантий экспортных кредитов (см. ОТДЕЛ ЭКСПОРТНЫХ КРЕДИТНЫХ ГАРАНТИЙ), СВОПЫ И ВЗАИМНЫЕ ЗАЙМЫ.

ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ (*foreign exchange controls*) — ограничения обращения ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ, налагаемые ЦЕНТРАЛЬНЫМ БАНКОМ в целях устранения дефицита ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА и установления контроля над разрушительными потоками краткосрочных капиталов («ГОРЯЧИЕ ДЕНЬГИ»), которые дестабилизируют ВАЛЮТНЫЙ КУРС национальной валюты. Если импортеры могут приобретать иностранную валюту, необходимую для покупки товаров у зарубежных производителей, только у

центрального банка страны (через свои коммерческие банки), то власти могут понизить сумму ИМПОРТА (путём сокращения предложения иностранной валюты) до величины, соответствующей объёму иностранной валюты, получаемой страной от своего ЭКСПОРТА. Валютный контроль может применяться не только для того, чтобы ограничить общий объём валюты в обращении, но также и для того, чтобы осуществлять дискриминацию по отношению к отдельным статьям импорта, выступая, таким образом, одной из форм ПРОТЕКЦИОНИЗМА.

См. ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК.

ВАЛЮТНЫЙ КУРС (exchange rate) — цена одной валюты, выраженная в единицах другой валюты. Рис. 11 показывает курс (цену), по которому доллары можно обменять на фунты стерлингов. Кривая спроса (*D*) на фунты стерлингов имеет отрицательный наклон, отражая тот факт, что, по мере того как фунт становится для американцев менее дорогим, британские товары, услуги и активы становятся для них дешевле. Это побуждает американцев увеличивать спрос на британские товары и, следовательно, на фунты стерлингов, за которые они будут покупать эти товары. Кривая предложения (*S*) фунта стерлингов имеет положительный наклон, отражая тот факт, что по мере роста цены фунта, выраженной в долларах, американские товары, услуги и активы становятся дешевле для британцев. Это побуждает их увеличивать спрос на американские товары и, следовательно, предлагать большее количество фунтов стерлингов в обмен на доллары, за которые они будут покупать эти блага. Равновесный обменный курс этих двух валют определяется пересечением кривых спроса и предложения (2 долл. = 1 ф. ст. на рис. 11а).

При СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА валютный курс, после того как он зафиксирован, остаётся неизменным в течение длительного времени. Однако если валютный курс под воздействием рыночных процессов слишком сильно отклоняется от установленного курса и становится завышенным, приводя к устойчивому дефициту ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА данной страны, то он может быть девальвирован, т. е. зафиксирован на новом, более низком уровне, что приведет к удорожанию ИМПОРТА и удешевлению ЭКСПОРТА (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ 2). Точно так же если валютный курс становится заниженным, приводя к устойчивому избытку ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА данной страны, то он может быть ревальвирован, т. е. зафиксирован на новом, более высоком уровне, что приведёт к удешевлению импорта и удорожанию экспорта (см. РЕВАЛЬВАЦИЯ 2). Тем не менее государство зачастую медлит с изменением валютного курса, особенно тогда, когда его нужно девальвировать, поэтому обменный курс

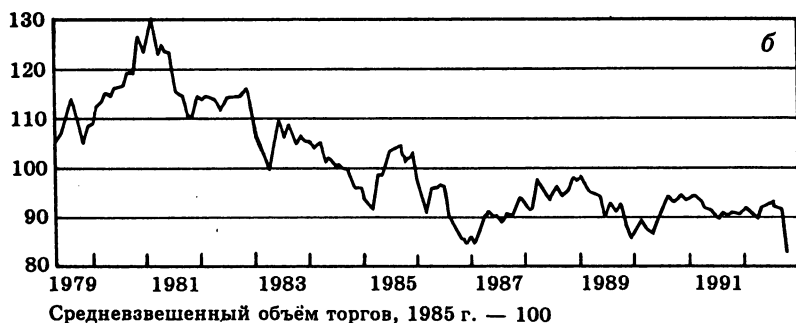
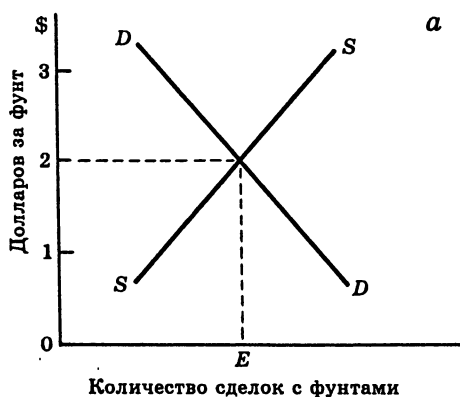


Рис. 11. Валютный курс. а. Влияние взаимодействия спроса (D) и предложения (S) на валютный курс фунта стерлингов относительно доллара. **б.** Эффективный валютный курс фунта стерлингов: динамика среднесрочных значений курса, курс 1985 г. приравнен к 100.

под влиянием рыночной конъюнктуры в значительной степени отклоняется от установленного. Если это происходит, усиливается СПЕКУЛЯЦИЯ валютой, приводя к появлению разрушительных потоков «ГОРЯЧИХ ДЕНЕГ», которые дестабилизируют валютный рынок.

Если же валютные курсы в течение длительного времени не регулируются государством, то они будут колебаться под воздействием рыночных процессов, отражая различия между темпами ИНФЛЯЦИИ и ПРОЦЕНТНЫМИ СТАВКАМИ в данной стране и за рубежом. Например, если цены на одни и те же товары в Великобритании растут быстрее, чем в США, то люди будут покупать больше американских товаров, что при-

ведёт к удорожанию доллара и обесценению фунта стерлингов. С другой стороны, если процентные ставки в Великобритании выше, чем в США, то это побудит американских инвесторов вкладывать деньги на британских денежных рынках, что послужит причиной удорожания фунта стерлингов по отношению к доллару.

При СИСТЕМЕ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ валютный курс свободно колеблется день ото дня и падает (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ 1) или растёт (см. РЕВАЛЬВАЦИЯ 1) в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры, поддерживая (в теории) в большей или в меньшей степени платёжный баланс в равновесии. Однако на практике неопределённость и спекуляция, связанные со «свободным» плаванием валюты, вызывают хаотические изменения валютного курса, а это подавляет внешнюю торговлю и дестабилизирует экономику страны. Ввиду этих причин страны часто предпочитают «управлять» своими валютными курсами с тем, чтобы смягчить краткосрочные колебания и сгладить долгосрочный тренд.

В результате заключения региональных экономических союзов (например, ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО) некоторые страны одновременно применяют системы как фиксированных, так и плавающих валютных курсов. Например, Франция как участник ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ (ЕВС) использует механизм валютного курса ЕВС, который допускает лишь небольшие, краткосрочные колебания вокруг центрального валютного паритета франка по отношению к валютам других участников ЕВС. Но, с другой стороны, франк «плавает» по отношению к доллару США, и поэтому курс франка, выраженный в долларах, колеблется гораздо более значительно.

Термин *эффективный валютный курс* используется для определения курса данной валюты по отношению к «корзине» других валют, взвешенной с учётом объёма торговли. Вес валюты каждой страны в «корзине» зависит от доли этой страны в суммарном объёме МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ. На рис. 11 представлена динамика «эффективного валютного курса» фунта стерлингов по отношению к другим основным валютам, например к доллару США, японской йене, немецкой марке, французскому франку и т. д. Падение эффективного (номинального) валютного курса свидетельствует об общем росте ценовой конкурентоспособности британских изделий по сравнению с продукцией их торговых партнеров (см. УСЛОВИЯ ТОРГОВЛИ, РЕАЛЬНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС).

На ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ валютный курс определяется либо в зависимости от того, какое количество иностранной валюты

можно купить или продать за единицу национальной валюты (косвенная котировка), либо в зависимости от того, какое количество национальной валюты можно купить или продать за единицу иностранной валюты (прямая котировка). Например, косвенная котировка валютного курса фунта стерлингов, выраженного в долларах США, может быть 1 ф. ст. = 2 долл.; тогда прямая котировка будет 1 долл. = 50 пенсов.

На валютном рынке существует два валютных курса: курс продавца и курс покупателя (или курс продажи и курс покупки). Разница между этими двумя курсами (спред) образует маржу дилера, торгующего иностранной валютой. Валюты, объём сделок с которыми велик, например доллар США и немецкая марка, обычно имеют меньший спред, чем валюты, редко используемые в международных операциях. Кроме того, спред при котировке валют на НАЛИЧНОМ РЫНКЕ обычно меньше, чем спред на ФЬЮЧЕРСНОМ РЫНКЕ.

См. ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ, РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ, ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ АКТИВОВ.

ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК (foreign exchange market) — РЫНОК, на котором происходит купля-продажа ИНОСТРАННЫХ ВАЛЮТ. Такой рынок необходим, поскольку каждая страна, вовлечённая в МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ и осуществление ЗАГРАНИЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ, должна обменивать свою национальную валюту на другие валюты, чтобы финансировать торговлю и сделки с капиталом. Эта функция выполняется сетью частных торговцев валютой и органами денежного регулирования, действующими через центральный банк.

Валютный рынок по самой своей природе многонационален. Ведущими центрами валютных операций являются Лондон, Нью-Йорк и Токио.

Сделки с иностранной валютой могут происходить на основе «спот», т. е. предусматривать немедленную поставку (см. НАЛИЧНЫЙ РЫНОК), либо предполагают куплю-продажу с поставкой в будущем (см. ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК). Около двух третей сделок на Лондонском валютном рынке в 1991 г. составляли сделки «спот».

Если государство не вмешивается в ход дел на валютном рынке, то ВАЛЮТНЫЕ КУРСЫ определяются свободным взаимодействием спроса и предложения (см. СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ). С другой стороны, ЦЕНТРАЛЬНЫЕ БАНКИ стран могут осуществлять куплю-продажу валют, чтобы поддерживать их курс на определённом уровне (см. СИСТЕМА ФИКСИРОВАННЫХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ).

ВВЕДЕНИЕ (introduction) — метод эмиссии нового АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА посредством продажи акций по заранее установленной цене биржевым БРОКЕРАМ и СОЗДАТЕЛЯМ РЫНКА, а не всему населению.

См. ВЫПУСК АКЦИЙ.

ВВП — см. ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ.

ВЕБЛЕН, ТОРСТЕЙН БУНДЕ (1857–1929) (Veblen, Thorstein Bunde) — американский экономист, чьи негативные оценки последствий неконтролируемого роста крупных компаний были впервые изложены в его книге *«Теория праздного класса»* (1899). Веблен признавал, что компании могут быть полезным инструментом для организации производства, но при этом считал, что управляющие больших компаний манипулируют ими таким образом, что процветание деловых кругов не будет соответствовать благосостоянию общества. Развивая этот тезис, Веблен атаковал некоторые из материалистических характеристик ЭКОНОМИКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, он называл их «денежное соперничество», «демонстративная праздность» и «ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ».

Веблен также интересовался процессом экономического развития и полагал, что увеличение производительности, обусловленное техническим прогрессом, будет углублять экономический кризис, усиливая конфликт между рабочими и управленческими структурами, с одной стороны, и между акционерами и широкими деловыми кругами — с другой.

См. также ЭФФЕКТ ВЕБЛЕНА.

ВЕКСЕЛЬ (bill) — финансовый инструмент (такой, как ПЕРЕВОДНОЙ ВЕКСЕЛЬ и КАЗНАЧЕЙСКИЙ ВЕКСЕЛЬ), выпускаемый фирмой или государством как средство получения денег займы.

ВЕКСЕЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (bill-discounting interest rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, по которой ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК готов кредитовать УЧЕТНЫЕ ДОМА. Эта ставка не устанавливается в административном порядке центральным банком, как это было прежде при системе УЧЕТНОЙ СТАВКИ БАНКА, а изменяется непосредственно в ответ на изменения спроса и предложения на рынке краткосрочных кредитов.

ВЕНЧУРНЫЙ (РИСКОВЫЙ) КАПИТАЛ (venture capital) — АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ или ЗАЕМ, предоставленный фирме финансовыми специалистами (например, отделениями рискового капитала коммерческих банков и страховых компаний), дающий ей возможность осуществить инвестиции в продукты и производственные процессы, которые из-за своей новизны являются

проектами с особенно высокой степенью риска и которые не удаётся финансировать с помощью традиционных средств внешнего финансирования.

См. также «БРОСОВАЯ ОБЛИГАЦИЯ», ТРИ «И».

ВЕРОЯТНОСТЬ (probability) — количественная мера возможности того, что произойдёт определённое случайное событие, лежащая в интервале от 0 (если событие невозможно) до 1 (в случае, если оно произойдёт обязательно). Обычно вероятность оценивается на основе относительной частоты, с которой оно имело место в прошлом при данных условиях. В некоторых случаях вероятность того или иного события оценить довольно просто, например вероятность того, что при подбрасывании монеты выпадает «решка», равна 0.5, так как при многократных бросаниях в 50% случаев выпадет «орёл» и в 50% — «решка». Однако при оценке вероятности в хозяйственных ситуациях опыта, на который можно опереться при подсчёте относительной частоты появления события, может быть очень мало или может не быть вообще.

ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ (vertical integration) — элемент СТРУКТУРЫ РЫНКА. Вертикальная интеграция заключается в том, что фирма объединяет несколько последовательных стадий при производстве продукта в противоположность объединению в пределах одной стадии (см. ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ). ВОСХОДЯЩАЯ ИНТЕГРАЦИЯ имеет место, когда фирма начинает производить материалы, которые прежде поставлялись ей другими фирмами (например, производитель фотоаппаратов начинает выпускать линзы). НИСХОДЯЩАЯ ИНТЕГРАЦИЯ имеет место, когда фирма занимается дальнейшей обработкой продукта, конечной сборкой или сбытом (например, нефтяная компания продает бензин на собственных бензоколонках).

Вертикальная интеграция может быть полезной для фирмы тем, что она даёт возможность уменьшить производственные и сбытовые затраты путём соединения последовательных производственных стадий; кроме того, для фирмы может быть жизненно важно обеспечить надёжные источники поставок факторов производства или каналы сбыта с целью поддержания своей конкурентоспособности.

Влияние вертикальной интеграции на функционирование рыночных процессов в целом неоднозначно. С одной стороны, вертикальная интеграция может способствовать большей эффективности использования ресурсов; с другой стороны, ограничивая конкуренцию, вести к менее эффективному размещению ресурсов.

Выгоды от вертикальной интеграции достигаются за счёт различных эффектов. К ним относится, в частности, техническая экономия от соединения последовательных производственных процессов, например экономия, достигнутая за счёт уменьшения затрат на вторичный обогрев путём комбинирования операций по выплавке стали. Благодаря повышению надёжности поставок промежуточных продуктов появляется возможность уменьшить буферные запасы и тем самым снизить издержки хранения. Вертикально интегрированные фирмы могут избежать некоторых торговых затрат при совершении сделок с внешними поставщиками ресурсов и с рекламными и торговыми агентствами, осуществляя транзакции внутри фирм (см. ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ). Экономия на управлении может быть достигнута, если фирма имеет единую административную систему для управления несколькими видами производственной деятельности. Финансовая экономия возникает при использовании выгодных оптовых скидок, а также при снижении стоимости растущего капитала. Когда фирмы посредством вертикальной интеграции получают выигрыши во всех этих типах эффективности, их средние затраты будут снижаться. Это позволит уменьшить рыночные цены и увеличить объёмы выпуска.

Когда фирма уже доминирует на одной или нескольких стадиях производства, вертикальная интеграция может вызвать различные антиконкурентные последствия. Нисходящая интеграция может обеспечить рынок сбыта, но также и закрыть его для конкурентов. Подобным же образом восходящая интеграция может гарантировать источники поставок ресурсов, но закрыть доступ к этим источникам для конкурентов. Более того, если фирма покупает компанию — поставщика редкого сырья, которое используется и этой фирмой, и её конкурентами, то в этом случае она может воспользоваться преимуществами своего положения и провести ЦЕНОВОЕ СЖАТИЕ, т. е. уменьшить удельную валовую прибыль своих конкурентов путём назначения для них более высокой цены на сырьё, чем для себя, в то же время поддерживая относительно низкую цену на конечный продукт. Такая тактика не только служит средством воздействия на существующих конкурентов, но также действует как БАРЬЕР ВХОДА для потенциальных новых конкурентов. Отсутствие доступа к рынкам сбыта или источникам сырья, как и доступ на невыгодных условиях, требует от потенциальных конкурентов той же степени интеграции, что и у существующих фирм. В этой ситуации необходимость иметь большой первоначальный капитал затрудняет такой широкомасштабный вход на рынок.

Таким образом, вертикальная интеграция может одновременно вызывать как выгодные, так и вредные последствия. Согласно британской политике в отношении конкуренции, вертикальная интеграция, осуществляемая посредством образования фирмы-монополиста или путём слияния двух вертикально родственных фирм (или поглощения одной фирмы другой), объединяющая активы в сумме, превышающей 30 млн ф. ст., попадает под контроль КОМИССИИ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ. Комиссия должна определить, будет ли такая вертикально интегрированная компания действовать против интересов общества или нет.

См. также ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, ЛИШЕНИЕ ПРАВА ПОЛЬЗОВАНИЯ.

ВЗАИМНЫЙ ЗАЁМ, или **ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ЗАЁМ** (back-to-back loan or parallel loan) — соглашение, по которому две компании из двух разных стран берут друг у друга заём (каждая — в валюте другой страны) и обязуются погасить ссуду в определённый момент в будущем. На момент истечения срока ссуды каждая компания получает свои деньги назад в своей национальной валюте, не неся при этом потерь от изменения валютных курсов. Тем самым взаимные займы служат для минимизации валютных рисков.

ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМЫЕ БЛАГА (complementary products) — БЛАГА или УСЛУГИ, спрос на которые настолько взаимосвязан (*совмещённый спрос*), что увеличение цены одного из товаров приводит к падению спроса на другой товар. Например, если цена теннисных ракеток повышается, это вызывает не только падение спроса на ракетки, но и (поскольку в теннис теперь играют меньше) сокращение спроса на теннисные мячи.

См. ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ БЛАГА, ПЕРЕКРЁСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА.

ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ (mutual interdependence) — форма МЕЖФИРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, при которой отдельные или все фирмы на рынке строят свою конкурентную стратегию в свете ожидаемых реакций и действий соперничающих фирм. На действия данных фирм оказывают влияния действия других фирм, и наоборот, действия данных фирм влияют на действия других фирм — ситуация является замкнутой. Снижение цен, например, может быть выгодным одной фирме в отдельности, но если оно повлияет на другие фирмы так, что они тоже снизят цены, чтобы защитить свои продажи, тогда все фирмы могут пострадать от снижения прибылей. Соответственно фирмы могут искать возможность избежать ценовой конкуренции, подключая

такие механизмы, как ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО, для координирования их цен. Подобным образом соображения взаимозависимости могут учитываться и в других областях конкуренции. Например, если одна фирма увеличивает свои затраты на рекламу, другие также могут последовать её примеру для защиты своих позиций на рынке.

Такая взаимозависимость наблюдается в рыночных ситуациях, типичных для олигополистических рынков (см. ОЛИГОПОЛИЯ), где каждой из ведущих фирм принадлежит значительная доля в общем рыночном предложении.

См. также КАРТЕЛЬ, ЦЕНОВАЯ ВОЙНА, ДУОПОЛИЯ, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА, ТЕОРИЯ ИГР, ЛОМАНАЯ КРИВАЯ СПРОСА, ЛИМИТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.

ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ БЛАГА (substitute products) — ТОВАРЫ или УСЛУГИ, которые рассматриваются покупателями как экономически замещающие друг друга. Например, если повышение цены на кофе заставляет покупателей «переключиться» и приобретать большее количество чая, эти два товара могут рассматриваться как заменители друг друга.

Мерой взаимозаменяемости двух благ служит ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА на них. Перекрестная эластичность спроса взаимозаменяемых благ положительна; блага с высокой степенью замещения характеризуются высокой перекрестной эластичностью спроса, а продукты со слабой взаимозаменяемостью имеют низкую перекрёстную эластичность спроса.

См. ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМЫЕ БЛАГА.

ВЗВЕШЕННЫЙ ТОРГОВЫЙ ИНДЕКС (trade-weighted index) — ИНДЕКС ЦЕН, который показывает ценность валюты одной страны, измеренную с помощью «корзины», состоящей из валют других стран, где валюте каждой страны присваивается определённый вес, пропорциональный доле этой страны в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ.

См. ВАЛЮТНЫЙ КУРС.

ВИДИМЫЙ ЭКСПОРТ И ИМПОРТ (visible export and import) — ЛЮБОЙ ТОВАР, такой как сырьё или конечный продукт, который можно увидеть и зарегистрировать, когда он пересекает границы между странами. Чистый экспорт/импорт таких товаров формирует ТОРГОВЫЙ БАЛАНС. Видимый экспорт и импорт в совокупности с НЕВИДИМЫМ ЭКСПОРТОМ и ИМПОРТОМ формируют СЧЁТА ТЕКУЩИХ ОПЕРАЦИЙ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА СТРАНЫ.

См. ЭКСПОРТ, ИМПОРТ.

«ВКЛЮЧАЯ ДИВИДЕНД» (cum-dividend) — ПРАВО на получение ДИВИДЕНДА, который начисляется на конкретную АКЦИЮ.

Если на акции, покупаемой на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ, есть отметка «включая дивиденд», то покупатель имеет право получить по этой акции дивиденды при очередной выплате. Ср. «БЕЗ ДИВИДЕНДА».

ВЛИВАНИЯ, или **ИНЪЕКЦИИ** (injections) — любые расходы на отечественные товары и услуги, не осуществляемые сектором домашних хозяйств. В упрощённой МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА все расходы делаются сектором домашних хозяйств (расходы на ПОТРЕБЛЕНИЕ). В расширенной модели кругооборота отечественная продукция приобретается также фирмами, государством и иностранным сектором. Таким образом, ИНВЕСТИЦИИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ и ЭКСПОРТ соответственно составляют «вливания» в поток расходов и доходов. Ср. ИЗЪЯТИЯ.

ВМЕНЁННЫЕ ЗАТРАТЫ — см. НЕЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ.

ВНЕБИРЖЕВОЙ РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ (unlisted-securities market) — рынок для сделок с АКЦИЯМИ 1 и АКЦИЯМИ 2 частных компаний, которые не получили права полной котировки на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ. Внебиржевой рынок ценных бумаг даёт возможность мелким компаниям создать новый капитал без формальностей и затрат на получение полного листинга (допуска ценных бумаг) на фондовой бирже. Внебиржевой рынок ценных бумаг был основан в Великобритании в 1980 г.

ВНЕРЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (nonmarketed economic activity) — любая деятельность, обычно легальная, не отражённая в национальных счетах страны (см. ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА). Труд и другие ресурсы, используемые в такой деятельности, не оплачиваются, и, таким образом, их занятость не регистрируется. Примерами такой деятельности может служить работа по дому домохозяйки (приготовление еды, стирка) или неоплачиваемый труд работников благотворительной организации. Такие упущения искажают результаты сравнения валового национального дохода разных стран. Не последнюю роль здесь играет и тот факт, что для сельских районов характерно в значительной степени самообеспечение, тогда как урбанизированные страны предпочитают закупать, а не производить те продукты, в которых они нуждаются (молоко, хлеб и т. д.).

ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ БАЛАНС (external balance) — состояние РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, которое на протяжении ряда лет приводит к тому, что стоимость закупок зарубежных товаров, услуг и активов данной страной не превышает стоимости закупок отечественных товаров, услуг и активов зарубежными

странами. Достижение внешнеторгового баланса — одна из макроэкономических задач государства. Ср. ВНУТРЕННИЙ БАЛАНС.

См. также УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, ВАЛЮТНЫЙ КУРС, МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

ВНЕШНИЕ ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА (external diseconomies of scale) — факторы, которые лежат вне сферы влияния отдельной фирмы и приводят к возрастанию СРЕДНИХ ЗАТРАТ в длительном периоде для всех фирм данной отрасли. Например, если большое число фирм действует в каком-то одном регионе, то перегруженность дорог может замедлить доставку для каждой из фирм в отдельности, увеличивая их внутренние транспортные затраты.

См. ВНЕШНЯЯ ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА.

ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ (externalities) — факторы, которые не учитываются при определении ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА, но влияют на благосостояние людей. Наиболее важным примером внешних затрат, которые несёт общество, является ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ: национальный выпуск может поддерживаться лишь при ограничении уровня загрязнения окружающей среды, которое ухудшает качество жизни людей. Фирма будет нести ЧАСТНЫЕ ЗАТРАТЫ материалов, труда капитала, используемых в производстве товаров и услуг, но не будет учитывать ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, возникающие в результате загрязнения окружающей среды. С другой стороны, при определении национального выпуска не учитываются также и положительные внешние эффекты, например общественные выгоды, приносимые фирмами, повышающими квалификацию рабочих, которые могут быть заняты где-либо еще.

См. ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ, АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ».

ВНЕШНИЙ РОСТ (external growth) — рост фирмы, расширение которой осуществляется посредством слияний, поглощений или создания СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, а не путём ОРГАНИЧЕСКОГО РОСТА (внутреннее расширение). Внешний рост может принимать форму горизонтального, вертикального или диверсифицированного расширения (см. ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ).

В общем случае внешний рост позволяет фирме расти быстрее и эффективнее в смысле затрат, чем при внутренней экспансии, расширяя в то же время её ресурсную базу. Кроме того, внешний рост обладает некоторыми специфическими преимуществами. Например, при горизонтальном росте слияние с

конкурентом или его поглощение позволяет фирме значительно увеличить долю на рынке, создавая предпосылки для использования экономии от масштаба. По сравнению с этим альтернативные попытки увеличения доли на рынке посредством ценовой конкуренции и дифференциации продукта могут быть чрезвычайно дорогими. Точно так же при расширении путём создания конгломерата у фирмы просто может не хватить умения для того, чтобы выпускать изделия, не имеющие отношения к её основной специализации, тогда как внешний рост позволяет фирме заниматься новыми видами деятельности, приобретая специализированное оборудование и необходимые ресурсы.

Однако последствия внешнего роста не столь однозначны. Например, фирмы, возникшие в результате слияния или поглощения, должны быть интегрированы в единую организацию управления, которая может потребовать значительной рационализации деятельности этих фирм и создания новых управленческих структур. Если эта интеграция осуществлена не вполне удачно, то эффективность деятельности фирмы может уменьшиться и может возникнуть нехватка финансовых ресурсов.

См. ДЕЛОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАТРИЦА «ПРОДУКТ — РЫНОК», ФРАНШИЗА.

ВНЕШНЯЯ ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА (external economies of scale) — экономия за счёт факторов, которые лежат вне сферы влияния отдельной фирмы и приводят к снижению СРЕДНИХ ЗАТРАТ В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ для всех фирм данной отрасли. Так, если какой-то колледж готовит большое количество специалистов, например программистов, с целью удовлетворения потребностей местного компьютерного бизнеса, то отдельная фирма столкнётся с таким предложением квалифицированных программистов, которое снизит её внутренние затраты на профессиональное обучение.

См. ВНЕШНИЕ ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА, ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, ВНУТРЕННЯЯ ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА.

ВНП — см. ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ.

ВНУТРЕННЕЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ (internal financing) — финансирование роста фирмы за счёт нераспределённой прибыли. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ компании может быть израсходована на выплату ДИВИДЕНДОВ или сохранена для внутреннего финансирования, возможно также комбинирование этих решений. В общем случае акционеры стремятся максимизировать непосредственный доход в виде дивидендов и роста курсовой стоимости своих акций (который зависит от роста фирмы). Чем больше сумма выплачиваемых дивидендов, тем меньше рост фирмы.

Достижение оптимального варианта распределения прибыли между двумя противоречащими друг другу способами её использования — важная область изучения со стороны финансового управления.

См. СТОИМОСТЬ КАПИТАЛА, РЕЗЕРВЫ.

ВНУТРЕННИЙ БАЛАНС (internal balance) — ситуация, при которой экономика функционирует при полной занятости, а общий уровень цен постоянен (СТАБИЛЬНОСТЬ ЦЕН). Достижение полной занятости и стабильности цен — две основные макроэкономические задачи правительства. Однако в действительности этих целей трудно достичь одновременно (см. КРИВАЯ ФИЛЛИПСА). Ср. ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ БАЛАНС.

См. также УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.

ВНУТРЕННИЙ РОСТ — см. ОРГАНИЧЕСКИЙ РОСТ.

ВНУТРЕННЯЯ КРЕДИТНАЯ ЭКСПАНСИЯ (domestic credit expansion (DCE)) — денежный механизм, используемый иногда МЕЖДУНАРОДНЫМ ВАЛЮТНЫМ ФОНДОМ в требованиях об ограничении денежной массы страны-члена, имеющей дефицит платёжного баланса, в качестве условия получения доступа к финансовым ресурсам МВФ. Главные элементы внутренней кредитной экспансии — годовой темп изменения внутреннего ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ (определяемого несколькими способами) и годовой темп изменения внешней задолженности частного и государственного секторов. При СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННЫХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ избыточная денежная экспансия в результате либо увеличения денежной массы, либо роста зарубежного финансирования может привести к тому, что уровень внутренних цен данной страны будет расти быстрее, чем у её торговых партнеров, создавая дефицит платёжного баланса. Поэтому ограничение предложения денег (или, в крайнем случае, ДЕВАЛЬВАЦИЯ) необходимо для восстановления равновесия платёжного баланса. При СИСТЕМЕ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ жёсткий контроль над расширением денежной массы считается менее актуальным, ибо расхождения внутренних цен между странами компенсируются движением валютных курсов.

См. ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ.

ВНУТРЕННЯЯ ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА (internal economies of scale) — уменьшение СРЕДНИХ ЗАТРАТ фирмы при увеличении выпуска. Экономия от масштаба часто основывается на технической экономии, такой как применение высокопроизводительного оборудования для уменьшения удельных затрат. Лучшее оборудование может способствовать большему разде-

лению труда. Подобным образом может быть получена экономия в маркетинговой, управленческой и финансовой сферах. Ср. ВНЕШНЯЯ ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА.

См. ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА.

ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ (intra-industry specialization) — специализация различных фирм на определённых продуктах внутри *одной* отрасли (см. СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ). Например, в текстильной промышленности одна фирма может специализироваться в производстве дорогих мохеровых костюмов, а другая — в производстве дешёвой рабочей одежды. Специализация даёт возможность обеим фирмам использовать ЭКОНОМИЮ ОТ МАСШТАБА в производстве, понижая таким образом цены, и удовлетворять потребительский спрос на большое разнообразие продуктов.

См. ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ ТОРГОВЛЯ.

ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ ТОРГОВЛЯ (intra-industry trade) — ситуация, когда фирмы действуют внутри *одной* отрасли, но в *разных* странах, специализируясь на производстве (см. СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ) определённых продуктов и участвуя в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ. Например, в текстильной промышленности британская фирма может специализироваться в производстве и ЭКСПОРТЕ дорогих мохеровых костюмов, в то время как другая фирма на Тайване может специализироваться на производстве и экспорте дешёвой рабочей одежды. Таким образом, Великобритания может экспортировать текстильную продукцию на Тайвань и в то же время импортировать текстильную продукцию из Тайваня.

См. ТЕОРИЯ ПОДОБИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЯ (МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ), ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ.

ВОСХОДЯЩАЯ ИНТЕГРАЦИЯ (backward integration) — объединение в рамках одной фирмы двух или более последовательных стадий производства, вертикально связанных между собой в производственном (распределительном) процессе, когда более поздняя стадия (например, выпечка хлеба) присоединяет к себе более раннюю (например, помол муки). Восходящая интеграция предпринимается с целью снижения затрат и обеспечения надежности поставки производственных ресурсов.

См. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, НИСХОДЯЩАЯ ИНТЕГРАЦИЯ.

ВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА (maturity structure) — распределение будущих дат погашения ВЕКСЕЛЕЙ, ОБЛИГАЦИЙ и выкупаемых ЦЕННЫХ БУМАГ. Инвестор часто стремится иметь «фазируемый» ПОРТФЕЛЬ таких ценных бумаг, который порождает в будущем планируемые притоки наличности в соответствии с

различными сроками погашения этих ценных бумаг. Аналогично фирмы и государственные структуры стремятся иметь «фазированный» портфель займов, позволяющий планировать отток наличности в соответствии с различными сроками выплат этих займов.

См. КОНСОЛИДАЦИЯ ДОЛГА, ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ, ВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК.

ВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК (terms structure of interest rates) — соотношение между ЭФФЕКТИВНОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ (доходностью) ЦЕННОЙ БУМАГИ и оставшимся временем до момента погашения. Это соотношение известно как *доходность до погашения* и может быть рассчитано только для ценных бумаг, имеющих фиксированную процентную ставку и определённый срок погашения, таких как КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ и ОБЛИГАЦИИ АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЙ. Исключением являются КОНСОЛИ, не имеющие определённой даты погашения.

ВРЕМЕННОЕ ПРЕДПОЧТЕНИЕ (time-preference) — предпочтение отдельным человеком текущего потребления перед будущим потреблением, которое определяет размер вознаграждения в виде ПРОЦЕНТА, необходимого для того, чтобы склонить этого человека воздержаться от части своего текущего потребления. Предпочтение во времени человека будет определять учётную ставку, по которой он будет дисконтировать будущие денежные поступления и платежи. Люди различаются в своих предпочтениях во времени: одни отдают предпочтение текущему потреблению и сберегают неохотно, если только на сбережения не предлагается очень высокий процент, а другие в меньшей степени предпочитают текущее потребление и готовы сберегать даже при очень скромной ставке процента. Рыночные ставки процента отражают совокупные временные предпочтения членов общества. Следует различать *частные и общественные* предпочтения во времени: индивиды, вследствие ограниченности продолжительности своей жизни, будут склоняться к сильному дисконтированию отдалённых поступлений и платежей, в то время как сообщество существует всегда и, таким образом, может рассчитывать на более длительную перспективу, меньше дисконтируя отдалённые поступления и платежи.

См. АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ».

ВРЕМЕННОЙ РЯД (time series) — статистическая информация, характеризующая значения некоторой величины в последовательных периодах (или моментах) времени.

См. АНАЛИЗ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (indirect materials) — любое сырьё, которое, не будучи включённым в состав продукции, тем не менее потребляется в процессе производства, например смазочные материалы и материалы для литейных форм. Ср. **ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ РАБОТНИКИ (indirect labour) — часть рабочей силы фирмы, которая не занята непосредственно производством товаров, а выполняет вспомогательные функции (например, контроль, конторская работа). Ср. **ОСНОВНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ**.

ВСТРЕЧНЫЙ ТОВАРООБМЕН (countertrade) — прямой или косвенный обмен одних товаров на другие в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ. К встречному товарообмену прибегают в тех случаях, когда возникает нехватка каких-либо ИНОСТРАННЫХ ВАЛЮТ или когда страны применяют ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ.

Формы встречного товарообмена следующие:

- (а) **БАРТЕР** — прямой обмен продукта на продукт;
- (б) **компенсационная сделка** — продавец получает часть оплаты в валюте своей страны, а оставшуюся часть — в виде товаров, поставляемых покупателем;
- (в) **выкуп** — продавец машин и оборудования из страны-экспортера соглашается принять в качестве частичной оплаты определённое количество товаров, производимых на этих машинах и оборудовании в импортирующей стране;
- (г) **встречная покупка** — продавец из экспортирующей страны получает часть оплаты за товары в валюте своей страны, а оставшуюся часть — в валюте страны-покупателя, причем вторая часть используется затем для покупки других продуктов в стране покупателя.

См. **ЭКСПОРТ**.

ВСТРОЕННЫЕ СТАБИЛИЗАТОРЫ — см. **АВТОМАТИЧЕСКИЕ (ВСТРОЕННЫЕ) СТАБИЛИЗАТОРЫ**.

ВТОРИЧНЫЕ ВЫГОДЫ (secondary benefits) — любые дополнительные косвенные выгоды, которые порождаются прямыми первичными выгодами проекта. Например, при оценке эффективности ирригационного проекта увеличение урожая зерновых в результате его реализации следует считать прямой выгодой. В то же время повышение экономической активности торговцев зерном, мельников и пекарей, имеющих дело с этим дополнительным количеством зерна, должно рассматриваться как вторичная выгода от этого проекта.

См. **АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ»**.

«ВТОРОЕ НАИЛУЧШЕЕ», или **СУБОПТИМУМ** (second-best) — отклонение от оптимальной структуры размещения ресурсов (см. ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО) в результате, например, монопольных искажений (см. МОНОПОЛИЯ) или ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ.

Если производство товара, например химического препарата, приводит к ЗАГРЯЗНЕНИЮ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, то предельные ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ на производство данного товара могут превысить предельные ЧАСТНЫЕ ЗАТРАТЫ и экономика отклонится от оптимальной структуры размещения ресурсов. В этой ситуации «второго наилучшего» государство может поправить дело посредством обложения предприятий химической промышленности «налогом на загрязнение». С одной стороны, данная мера побудит эти предприятия к внедрению производственных процессов, приводящих к меньшим загрязнениям окружающей среды. С другой стороны, тот факт, что бремя налога в той или иной мере несут покупатели химических препаратов, означает, что они вынуждены полностью оплатить общественные затраты на производство продукции, которую потребляют.

См. ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ.

ВХОД НА РЫНОК (market entry) — вхождение на рынок новой фирмы или фирм. В ТЕОРИИ РЫНКОВ предполагается, что фирмы входят на рынок, создавая новые предприятия, что, таким образом, приводит к увеличению количества конкурирующих производителей (см. НОВООБРАЗУЮЩИЕ ИНВЕСТИЦИИ). Вход новых фирм на рынок происходит тогда, когда закрепившиеся на данном рынке фирмы получают СВЕРХПРИБЫЛИ. Вход новых фирм играет важную роль в расширении потенциала предложения на рынке и в устранении СВЕРХПРИБЫЛЕЙ. На практике вход новых фирм происходит также путём ПОГЛОЩЕНИЯ или СЛИЯНИЯ с уже существующей фирмой.

Большинство рынков характеризуются БАРЬЕРАМИ ВХОДА, которые ограничивают вход или препятствуют ему, защищая уже существующие фирмы от новых конкурентов.

См. УСЛОВИЯ ВХОДА, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КОНКУРЕНТ, РЫНОК ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ, СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, МОНОПОЛИЯ, ЛИМИТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.

ВЫБОР (choice) — настоящая потребность ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ и ЭКОНОМИКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА в определении, какие товары и услуги производить и в каких количествах, возникающая из-за относительной РЕДКОСТИ экономических ресурсов (ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА), пригодных для выпуска товаров и услуг.

См. ЭКОНОМИКА 1.

ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ (gains from trade) — дополнительные выгоды производства и потребления, которые страны могут получить от МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ. Страны торгуют друг с другом в основном по тем же причинам, что и индивиды, фирмы и регионы, — чтобы получать выгоды от СПЕЦИАЛИЗАЦИИ. Обменивая некоторые из своих продуктов на заграничные, страна может расширить ассортимент товаров и получать их дешевле. Международное разделение труда, когда каждая страна специализируется в производстве отдельных товаров, которые она может успешно производить, позволяет увеличить совокупный объём мирового производства и повысить уровень жизни.

Выбор товаров, на которых следует специализироваться данной стране, определяется в значительной степени теми преимуществами, которые она имеет перед другими странами в производстве этих благ. Преимущества возникают потому, что страна может производить отдельные товары более эффективно, т. е. с меньшими затратами, чем другие страны. Статическая, или «чистая», теория международной торговли отмечает, что возможности для взаимовыгодной торговли появляются как результат различий в сравнительных затратах или сравнительных преимуществах. Страны получают выгоды от торговли, если каждая из них будет экспортировать (см. ЭКСПОРТ) те товары, в производстве которых её затраты сравнительно ниже, и импортировать (см. ИМПОРТ) товары, в производстве которых её затраты сравнительно выше.

Выгоды торговли для случая с участием двух стран (A и B), обменивающихся двумя продуктами (X и Y), представлены ниже (а).

Одинаковые затраты ресурсов позволяют странам производить либо товар X , либо товар Y . В отсутствие торговли между странами товары X и Y обмениваются в стране A в пропорции $1X/1Y$, а в стране B — в пропорции $1X/3Y$. Эти пропорции отражают предельные АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ одного товара, выраженные через другой товар. Таким образом, в стране A альтернативные затраты производства дополнительной единицы X равны $1Y$.

Очевидно, что страна B обладает большей эффективностью в производстве товара Y , чем страна A , и столь же эффективна в производстве товара X . Однако именно *сравнительные преимущества*, а не АБСОЛЮТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА определяют, выгодна торговля или нет. Сравнительное преимущество страны B выше в производстве товара Y , которого она может производить в 3 раза больше, чем страна A . С другой стороны, можно сказать, что относительная эффективность страны B выше в про-

(а) Физический выпуск продуктов X и Y при данных затратах ресурсов

Страна	Продукт		Соотношение альтернативных затрат
	X	Y	X/Y
A	200	200	1 : 1
B	200	600	1 : 3

(б) Возможность производства и потребления при взаимной торговле и в её отсутствие (внутренние обменные пропорции $1X/1Y$ — в стране A , $1X/3Y$ — в стране B , пропорция обмена между странами — $1X/2Y$)

	Страна B	Страна A
Производство	600 Y	200 X
Потребление при взаимовыгодной торговле	400 Y 100 X	200 Y 100 X
Потребление при отсутствии взаимовыгодной торговли	400 Y 66 $\frac{2}{3}X$	100 Y 100 X

изготовлении товара Y в том смысле, что количество ресурсов или альтернативные затраты производства дополнительной единицы Y равны $\frac{1}{3}X$ в стране B , но $1X$ в стране A . Страна A , сосредоточившись на производстве товара, который она может производить с меньшей относительной неэффективностью, имеет сравнительное преимущество в производстве X , т. е. затраты ресурсов или альтернативные затраты производства дополнительной единицы X в стране A равны лишь $1Y$, тогда как в стране B — $3Y$.

Эта комбинация сравнительных преимуществ открывает возможность взаимовыгодной торговли. Внутри страны A возможен обмен $1X$ на $1Y$, но за её пределами — уже на $3Y$. Торговля будет выгодной для неё, если она сможет получить более $1Y$ за $1X$. Внутри страны B возможен обмен $1Y$ на $\frac{1}{3}X$, но за её пределами — на количество, равное $1X$. Для страны B будет выгодно, если она сможет получить от торговли более $\frac{1}{3}X$ за $1Y$. Пределы взаимовыгодной торговли определяются уровнем альтернативных затрат. В этих пределах специализация и торговля на основе сравнительного преимущества позволят обеим странам достичь более высокого уровня потребления. Эта возможность показана (б) при обменной пропорции $1X = 2Y$. Полностью используя свои ресурсы, страна B может произвести 600 Y , из этого количества она потребляет 400 и экспортирует 200. Страна A может произвести 200 X , из которых она потребляет 100 и экспортирует 100. При торговле между ними 200 Y будут обмениваться на 100 X , позволяя стране B потреблять

400Y и 100X, а стране А — 200Y и 100X. Без торговли между странами В может трансформировать (при внутренней обменной пропорции $1X/3Y$) 200Y только в $66\frac{2}{3}X$, а страна А может трансформировать (при внутренней обменной пропорции $1X/1Y$) 100X только в 100Y. Таким образом, обе страны выигрывают от специализации и взаимной торговли. То, как доходы будут распределяться между странами А и В, существенно зависит от величины спроса в каждой стране на импортируемые ею товары. Если спрос на товар Y в стране А растёт, пропорция $1X$ к $2Y$, вероятно, станет изменяться не в пользу страны А. Таким образом, это может потребовать экспорта $2\frac{1}{2}Y$ для обеспечения импорта $1X$, толкая страну В к нижнему пределу взаимовыгодной торговли.

Очевидно, что в более сложной реальной ситуации, когда есть много стран и много продуктов, не так просто установить, кто получает выгоды от международной торговли и в каких размерах. Некоторые страны могут обладать сравнительными преимуществами в производстве большого количества товаров, у других стран таких преимуществ будет мало, страны различаются по количеству и качеству располагаемых ресурсов, они находятся на разных стадиях ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ. РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ, в частности, могут найти для себя международную торговлю невыгодной, особенно те, экспорт которых ограничивается слишком узким кругом первичных благ.

См. ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ, ТОРГОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, РАСШИРЕНИЕ ТОРГОВЛИ.

ВЫНУЖДЕННАЯ БЕЗРАБОТИЦА (involuntary unemployment) — БЕЗРАБОТИЦА, состоящая в том, что рабочие не могут найти оплачиваемую работу, хотя они готовы работать по существующим ставкам заработной платы. Вынужденная безработица возникает из-за сокращения числа доступных рабочих мест при спаде деловой активности, а также из-за отсутствия у рабочих навыков и умений, необходимых для выполнения доступной работы. Ср. ДОБРОВОЛЬНАЯ БЕЗРАБОТИЦА.

См. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ВЫНУЖДЕННЫЕ СБЕРЕЖЕНИЯ (forced saving or involuntary saving) — вынужденное сокращение ПОТРЕБЛЕНИЯ в экономике. Эта ситуация может быть вызвана либо непосредственно, когда государство увеличивает НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, в результате чего сокращается РАСПОЛАГАЕМЫЙ ДОХОД ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, либо косвенно — вследствие инфляции, когда цены товаров и услуг растут быстрее, чем денежные доходы потребителей.

Правительства могут сознательно повышать налоги с целью поддержания высокого уровня вынужденных СБЕРЕЖЕНИЙ, что

бы получить дополнительные средства для осуществления ИНВЕСТИЦИЙ в государственном секторе. Политика «вынужденных сбережений» заманчива для РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ которых сдерживается недостатком сбережений.

ВЫПУСК (output) — ТОВАРЫ и УСЛУГИ, произведённые путем комбинации ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА.

ВЫПУЩЕННЫЙ АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ (issued share capital) — количество УСТАВНОГО АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА, которое АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ выпускает для АКЦИОНЕРОВ с целью увеличения КАПИТАЛА. Если компания выпускает акции с рассроченной выплатой, то в коротком периоде величина ОПЛАЧЕННОГО КАПИТАЛА может быть меньше, чем величина выпущенного акционерного капитала.

См. ВЫПУСК АКЦИЙ.

ВЫРУЧКА (revenue) — доход, полученный фирмой от продажи произведённых ею ТОВАРОВ или УСЛУГ. Определяется объёмом проданных изделий и ценой этих изделий.

См. СРЕДНЯЯ ВЫРУЧКА, ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА, ОБЩАЯ ВЫРУЧКА.

ВЫХОД С РЫНКА (market exit) — выход с РЫНКА фирмы или фирм. В ТЕОРИИ РЫНКОВ фирма покидает рынок, если для неё становится невозможным получение НОРМАЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ в длительном периоде. Выход фирм играет важную роль в устранении ИЗБЫТОЧНОЙ МОЩНОСТИ и уменьшении общего предложения на данном рынке.

См. также УБЫТОК, СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ, ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ.

ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ (general agreement on tariffs and trade (GATT)) — международная организация, созданная в 1947 г. для содействия развитию МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ путём устранения ИМПОРТНЫХ ПОШЛИН и других ограничений во внешней торговле. Соглашение действует в двух основных направлениях:

(а) стремится обеспечить снижение зарубежных тарифов в ответ на снижение собственных тарифов;

(б) требует, чтобы данная страна применяла самый низкий тариф на определённый продукт ко всем его поставщикам (правило «наиболее благоприятствующей нации»).

В рамках Соглашения проведено 11 крупных многосторонних раундов переговоров о тарифах, включая «Раунд Кеннеди» (1962–1967), в результате которого тарифы были снижены в среднем на 35%, и «Токийский раунд» (1973–1979), который обеспечил дальнейшее значительное сокращение тарифов. В основном снижение тарифов применялось только к промышленным товарам. Проходящий с 1988 г. и по настоящее время «Уругвайский раунд» также связан с тарифами на промышленные товары, но акцент смещён на возможности больших сокращений тарифов на сельскохозяйственную продукцию, а также либерализацию международной торговли услугами.

Инициативы Соглашения, деятельность МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА, организация ЗОН СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ (в частности, ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА и ЕВРОПЕЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ), а также высокие темпы роста в индустриальных странах были причинами рекордного расширения мировой торговли, имевшего место до 1970-х гг. Однако повышение цен на нефть со стороны ОПЕК в 1973 г. и последовавшая за этим рецессия в мировой экономике сократили влияние Соглашения и привели к возрождению ПРОТЕКЦИОНИЗМА, основывающегося на узконациональных интересах. «Непро-

тектионизм» базируется не на тарифах, а на различиях в ценах, которые менее очевидны, и оттого их труднее контролировать на единой основе. Эти мероприятия включают соглашения по ограничению экспорта, правила происхождения, соглашения на лицензирование импорта, субсидии отечественной промышленности и т. д.

См. ДЕМПИНГ.

ГИБКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СИСТЕМА (ГПС) (flexible manufacturing system (FMS)) — метод производства, заключающийся в широком применении АВТОМАТИЗАЦИИ и КОМПЬЮТЕРОВ с целью ускорения производства небольших партий деталей или изделий при одновременном поддержании гибкости изготовления широкой номенклатуры продукции.

Гибкие производственные системы позволяют изготавливать небольшие партии изделий с теми же единичными (удельными) затратами, что и при крупномасштабном производстве, сокращая, таким образом, преимущества в отношении затрат, связанные с ЭКОНОМИЕЙ ОТ МАСШТАБА, и снижая МИНИМАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ. Это даёт возможность мелким фирмам конкурировать с крупными в области затрат и может привести к уменьшению КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ.

См. БАРЬЕРЫ ВХОДА.

ГИПЕРИНФЛЯЦИЯ (hyperinflation) — инфляция с высоким и усиливающимся темпом. В отличие от ПОЛЗУЧЕЙ ИНФЛЯЦИИ, оказывающей слабое отрицательное влияние на функционирование экономики, гиперинфляция приводит к ситуации, в которой люди утрачивают доверие к деньгам и обращаются к БАРТЕРУ. В этом случае существует большая опасность развала экономики, сопровождаемого социальными потрясениями. Гиперинфляция — редкое явление, но если она имеет место, то её причины кроются как в политике, так и в экономике, например при избыточном выпуске денег для покрытия государственных расходов (в частности, на войну) или остром дефиците товаров и услуг в сочетании с подавленным спросом (как это бывает в первые послевоенные годы).

ГИПОТЕЗА (hypothesis) — утверждение на основе теоретического анализа, сформулированное достаточно точно, чтобы его можно было подвергнуть проверке эмпирическими данными. В экономической науке гипотезы получают путём дедукции из набора исходных предпосылок о поведении потребителей, производителей и т. д. и проверяют обычно посредством сбора экономических данных и их статистической обработки. Эта проверка может вести к изменению экономической теории в свете

новых фактов или к отказу от нее в пользу альтернативной теории, которая лучше объясняет эти факты.

См. ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ.

ГИПОТЕЗА ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА (life-cycle hypothesis) — гипотеза, согласно которой текущее ПОТРЕБЛЕНИЕ зависит не только от текущего РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА, но и от ожидаемого дохода в течение всей жизни человека. Например, молодой работник может приобрести имущество (например, дом) в КРЕДИТ с большой рассрочкой, поскольку ожидает, что в будущем его доход вырастет в связи с продвижением по службе и повышением зарплаты, что позволит ему вернуть в будущем долг и проценты. Напротив, пожилой работник, возраст которого приближается к пенсионному, может ограничить свое потребление из текущего дохода, ожидая уменьшения последнего после ухода на пенсию. Долгосрочное потребление может быть также связано с изменением ценности богатства человека, в частности ценности его жилья, с течением времени.

Экономическое значение гипотезы жизненного цикла состоит в том, что в коротком периоде уровень потребления может быть выше (ниже) определяемого уровнем текущего располагаемого дохода.

См. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ФУНКЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ, ГИПОТЕЗА ПЕРМАНЕНТНОГО ДОХОДА.

ГИПОТЕЗА ОТНОСИТЕЛЬНОГО ДОХОДА (relative-income hypothesis) — гипотеза, заключающаяся в том, что для отдельного лица или страны важен не абсолютный доход, а его или её относительный доход. Если это так, то так как все индивиды или страны не могут одновременно добиться *относительного* улучшения своего положения, стремление к росту ради самого роста становится бессмысленным.

См. также ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ.

ГИПОТЕЗА ПЕРМАНЕНТНОГО ДОХОДА (permanent-income hypothesis) — гипотеза, в соответствии с которой текущее ПОТРЕБЛЕНИЕ зависит не только от текущего РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА, но также и от того, является ли такой доход перманентным (постоянным) или временным. Гипотеза перманентного дохода постулирует, что как доход, так и потребление подразделяются на две части — перманентную и временную.

Личный перманентный доход состоит из *долгосрочных* заработков, обеспечиваемых работой по найму (ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, ЖАЛОВАНИЕ), ПЕНСИИ за выслугу лет, и дохода, получаемого от обладания капитальными активами (ПРОЦЕНТЫ, ДИВИДЕНДЫ). Уровень персонального перманентного дохода определяет пла-

ны перманентного потребления, например размер и качество дома, который человек хочет купить, и, таким образом, долгосрочные расходы на выплаты по закладным и т. д.

Временный доход определяют *краткосрочные* временные платежи за сверхурочную работу, премии и «непредвиденные» доходы от различных выигрышей и наследства, а также краткосрочные уменьшения дохода, связанные с временной безработицей или болезнью. Временное потребление (дополнительные выходные дни, предметы одежды и т. д.) будет зависеть от уровня этого дополнительного дохода.

Долгосрочное потребление может также зависеть от изменений личного богатства, в частности изменения со временем ценности дома.

Экономическое значение гипотезы перманентного дохода состоит в том, что в коротком периоде уровень потребления может быть выше или ниже уровня текущего располагаемого дохода.

См. ГИПОТЕЗА ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА, КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ФУНКЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ.

ГИПОТЕЗА РАЦИОНАЛЬНЫХ ОЖИДАНИЙ (*rational-expectations hypothesis*) — ГИПОТЕЗА, согласно которой фирмы и индивиды предвидят будущие события без ошибок и имеют полный доступ к необходимой информации во время принятия решений. Только «новая» информация будет иметь воздействие на ожидания или поведение.

Расходы предприятий на инвестиции, в частности в запасы, сильно зависят от ожиданий бизнесменов относительно будущего. Эти ожидания, например, являются одним из главных факторов, определяющих ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ. Если бы бизнесмены принимали решения в условиях полного знания обо всем, то деловые циклы в их сегодняшней форме перестали бы существовать. Ожидания играют основную роль в переговорах о заработной плате, так как каждой стороне (работодателю и работникам) приходится предвидеть такие будущие события, как, например, темпы инфляции. ДЕНЕЖНАЯ ИЛЛЮЗИЯ не существовала бы, и занятость всегда зависела бы от реальной заработной платы.

Модель рациональных ожиданий, возможно, является более применимой к рынкам, на которых конкуренция близка к совершенной, и имеет гораздо меньший успех при объяснении современных макроэкономических проблем.

См. также ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК.

ГИПОТЕЗА ЭФФЕКТИВНЫХ РЫНКОВ (*efficient-market hypothesis*) — предположение, что эффективный рынок имеет мес-

то тогда, когда вся доступная информация, могущая повлиять на цену БЛАГА или ЦЕННОЙ БУМАГИ, отражается в этой цене. Предполагается существование СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ на таком рынке, поэтому цены благ или ценных бумаг будут изменяться лишь при появлении новой информации. В соответствии с этой гипотезой, ввиду того что рынок быстро усваивает новую информацию, ожидания будущих изменений цен пересматриваются случайным образом по отношению к собственной ценности блага или ценной бумаги. Статистики называют такие явления «случайное блуждание». Например, если цена АКЦИИ равна 1 ф. ст., то существуют равные вероятности её роста или снижения в ближайшем будущем. Если она возрастает, допустим, до 1.10 ф. ст., то имеются равные вероятности её дальнейшего роста или падения. Допущение, что изменение цен АКЦИЙ и ОБЛИГАЦИЙ носит характер случайного блуждания, подразумевает независимость каждого последующего изменения цены от предыдущего.

В действительности маловероятно, чтобы цены акции отражали *все* сведения, поскольку крайне трудно добыть необходимые данные *полностью*. Несмотря на это, в ценах акции может быть отражена вся общедоступная информация.

См. ФОНДОВАЯ БИРЖА.

ГИСТОГРАММА (bar chart or histogram) — диаграмма, которая отражает данные в наглядной форме и показывает долю каждой категории данных по отношению к целому в виде высоты соответствующего ей «столбика» или «блока».

ГОДОВОЕ ОБЩЕЕ СОБРАНИЕ (annual general meeting (AGM)) — ежегодные собрания, которые по закону обязаны проводить АКЦИОНЕРНЫЕ КОМПАНИИ, чтобы дать возможность АКЦИОНЕРАМ обсудить ГОДОВЫЕ ОТЧЁТ и ОТЧЁТНОСТЬ своей компании, избрать директоров и принять решение о выплате ДИВИДЕНДОВ, предложенное директорами. На практике годовые собрания обычно плохо посещаются акционерами, и директоров, опирающихся на голоса *доверенных лиц* акционеров (см. ДОВЕРЕННОСТЬ), редко не переизбирают на следующий срок.

ГОДОВЫЕ ОТЧЁТ И ОТЧЁТНОСТЬ (annual report and accounts) — ежегодный отчёт директоров АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ перед АКЦИОНЕРАМИ. Он включает в себя копию БАЛАНСА компании и резюме СЧЁТА ПРИБЫЛЕЙ и УБЫТКОВ наряду с другой информацией, которую директора по закону обязаны предоставить акционерам. Копия годового отчёта и отчётности отсылается каждому акционеру перед ГОДОВЫМ ОБЩИМ СОБРАНИЕМ компании.

ГОЛОСУЮЩИЕ АКЦИИ (voting shares) — ОБЫКНОВЕННЫЕ АКЦИИ, которые дают АКЦИОНЕРАМ право голоса за каждую акцию на ГОДОВОМ ОБЩЕМ СОБРАНИИ КОМПАНИИ.

См. также АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ.

ГОНОРАР (fees) — оплата услуг лиц свободных профессий (как, например, юристы и бухгалтеры), оказанных ими своим клиентам.

ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ (horizontal integration) —

1. Стремление фирмы провести СПЕЦИАЛИЗАЦИЮ на определённой фазе производства и реализации продукции, вместо того чтобы участвовать в ряде последовательных стадий (ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ). Она также называется *латеральной интеграцией*.

2. СЛИЯНИЕ фирм, производящих один и тот же продукт. С точки зрения фирмы расширение путём горизонтальной интеграции может быть выгодным, так как она позволяет фирме снизить издержки производства и обращения благодаря ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, а кроме того, горизонтальная интеграция уничтожает или снижает воздействие конкуренции и усиливает контроль фирмы над рынком.

Более широкое влияние горизонтальной интеграции на процесс функционирования рынка заключается в том, что, с одной стороны, она повышает эффективность использования ресурсов, снижает цены и издержки, с другой — из-за ослабления конкуренции и повышения уровня КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ на рынке ухудшает эффективность размещения ресурсов и таит в себе угрозу монополизма.

Таким образом, горизонтальная интеграция приводит как к положительным, так и отрицательным результатам. Согласно ПОЛИТИКЕ ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА в ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, перед КОМИССИЕЙ ПО МОНОПОЛИЯМ и СЛИЯНИЯМ может быть поставлен вопрос, наносит ли вред интересам общества горизонтальная интеграция, осуществляемая компанией, уже признанной монопольной, или предполагаемое слияние (ПОГЛОЩЕНИЕ) двух компаний, контролирующих совместно более 25% рынка данного продукта.

См. МОНОПОЛИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ.

«ГОРЯЧИЕ ДЕНЬГИ» (hot money) — кратковременное и непостоянное ДВИЖЕНИЕ КАПИТАЛА между странами, происходящее прежде всего из-за разницы процентных ставок в разных финансовых центрах (АРБИТРАЖ) или из-за ожидания ДЕВАЛЬВАЦИИ или РЕВАЛЬВАЦИИ иностранных валют (СПЕКУЛЯЦИЯ). Спекулятивные потоки «горячих денег» особенно отрицательно сказываются на управлении валютным курсом и на поддержа-

нии равновесия платёжного баланса и поэтому иногда подвергаются ВАЛЮТНОМУ КОНТРОЛЮ со стороны государства.

См. ПРИТОК КАПИТАЛА, ОТТОК КАПИТАЛА.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ КОРПОРАЦИЯ (public corporation) — компания, являющаяся собственностью государства.

См. НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ (state enterprise) — основная производственная единица в ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКЕ. Такое предприятие находится в собственности государства и функционирует на основе производственных планов и программ, содержащихся в НАЦИОНАЛЬНОМ ПЛАНЕ данной страны.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ (government (public) expenditure) — текущие расходы и ИНВЕСТИЦИИ центрального правительства и местных властей, осуществляемые с целью предоставления ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ и услуг (здравоохранение, образование, оборона, пути сообщения и т. д.), рыночных товаров и услуг (уголь, почтовые услуги и т. д.) и ТРАНСФЕРТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ (пособия по безработице, государственные пенсии и т. д.). В МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА трансфертные платежи исключаются из государственных расходов, поскольку они не являются вознаграждением за производительские услуги (т. е. не увеличивают общий выпуск), но представляют собой простое перераспределение поступлений от одних домашних хозяйств к другим.

Государственные расходы финансируются путём налогообложения и заимствований (см. ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ).

Государственные расходы — важный компонент СОВОКУПНОГО СПРОСА в кругообороте доходов (расходов). Они используются в качестве инструмента ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ при регулировании уровня расходов в экономике. Однако изменение государственных расходов в коротком периоде нелегко осуществить из-за административных и политических трудностей, особенно в тех случаях, когда сокращение расходов направлено на уменьшение совокупного спроса. Например, в коротком периоде трудно добиться сокращения расходов на здравоохранение, образование и т. д. (из-за высокой трудоемкости этих видов деятельности при низкой доходности), не подрывая системы общественных услуг; в то же время сокращение трансфертов беднейшим членам общества политически непопулярно. Кроме того, если главный удар перемен падает на государственные инвестиционные расходы, это может серьезно подорвать долгосрочные инвестиционные проекты, в то же время сокращение расходов приводит к разрушению социальной ин-

фраструктуры. Вдобавок к этому, если государственные расходы включают закупку товаров и услуг у предпринимательского сектора, изменения могут оказать сильнейшее воздействие на положение частного сектора.

См. ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ, КОЛЛЕКТИВНЫЕ БЛАГА, ЭФФЕКТ ВЫТЕСНЕНИЯ.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ (national insurance contributions) — выплаты правительству Великобритании, осуществленные работодателями и их наёмными работниками в пропорции $2/3$ к $1/3$ соответственно, в пределах установленного максимума. Государственные страховые взносы вместе с другими поступлениями в государственный бюджет используются для финансирования государственных пенсий, пособий по болезни, безработице и т. д.

См. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ (public finance) — раздел экономической науки, изучающий расходы и доходы органов государственной власти и воздействие, которое они оказывают на экономику. Когда сторонники КЛАССИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ обратились к предмету государственных финансов, их внимание было сконцентрировано в основном на «доходной стороне» государственного бюджета — НАЛОГООБЛОЖЕНИИ. Начиная с 1930-х гг. (в эпоху господства кейнсианства) гораздо больший акцент был сделан на «расходной стороне» бюджета и на том воздействии, которое оказывает на экономику ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СЕКТОР является настолько значительной частью большинства экономических систем, что влияет фактически на все аспекты экономической жизни. Это происходит либо через расходы на товары и услуги, произведённые частным сектором, либо через выплату заработной платы работникам, занятым в государственном секторе, либо через выплату социальных пособий (пенсий, пособий по болезни и безработице). Финансирование этих расходов с помощью различных налогов (подоходного, на добавленную стоимость, на прибыль корпорации и т. д.), в свою очередь, влияет на уровень и структуру расходов частных лиц и организаций.

Государство планирует свои доходы и расходы на каждый финансовый год путём составления БЮДЖЕТА. Оно может планировать равенство доходов и расходов, стремясь к СБАЛАНСИРОВАННОМУ БЮДЖЕТУ, или же оно может планировать превышение доходов от налогообложения над расходами, стремясь получить БЮДЖЕТНЫЙ ИЗЛИШЕК, который будет использован для

погашения ранее накопленных долгов государственного сектора (см. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ). Государство также может планировать превышение расходов над доходами, создавая БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ, который должен быть financирован с помощью займов (см. ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ).

Являясь инструментом выполнения правительством своих экономических и социальных обязательств, бюджет играет интегрирующую роль в фискальной политике, особенно при осуществлении политики по УПРАВЛЕНИЮ СПРОСОМ для снижения уровня безработицы и замедления темпов инфляции.

См. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БРОКЕР (government broker) — фирма, уполномоченная правительством на размещение государственных ценных бумаг. В 1986 г. Банк Англии осуществил продажу таких ценных бумаг через сеть «одобренных» дилерских фирм.

См. РЫНОК КАПИТАЛА, ФОНДОВАЯ БИРЖА.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ (budget (government)) — смета планируемых государственных доходов и расходов на финансовый год. Главными источниками текущих доходов, как это показано на рис. 12а, являются: НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ (особенно подоходный налог и налог на потребление) и ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ. Главные текущие ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ: предоставление товаров и услуг (прежде всего зарплаты работникам медицинской, образовательной сфер, полиции и других секторов общественных услуг) и ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ (пенсии по старости и т. д.).

Основные назначения бюджета: (а) он формирует основу для долгосрочного планирования государством своих экономических и социальных задач; (б) он служит инструментом ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ при регулировании уровня (и структуры) СОВОКУПНОГО СПРОСА в экономике. БЮДЖЕТНЫЙ ИЗЛИШЕК (превышение доходов над расходами) сокращает уровень совокупного спроса. Напротив, БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ (превышение расходов над доходами) повышает совокупный спрос. На рис. 12б показан бюджетный дефицит (и излишек) за прошедшее десятилетие.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ (national debt or government debt) — задолженность центрального правительства отечественным и иностранным кредиторам. Государственный долг возникает в результате превышения государственных расходов над доходами от налогообложения и других поступлений (БЮДЖЕТНЫЙ

<i>a</i>		
млн ф. ст.		
<i>Текущие поступления</i>		205 548
В т. ч.:		
Подходный налог	(75 105)	
Налог на потребление	(82 905)	
Национальное страхование	(36 643)	
<i>Текущие расходы</i>		208 825
В т. ч.:		
Расходы на предоставление товаров и услуг	(122 172)	
Трансфертные платежи	(65 015)	
Проценты по государственному долгу	(16 340)	
<i>Капитальные доходы</i>		1 055
Налог на капитал и т. д.		
<i>Капитальные расходы</i>		15 299
В т. ч.		
капиталообразование	(7 042)	
Общий дефицит государственного бюджета		<u><u>-16 486</u></u>

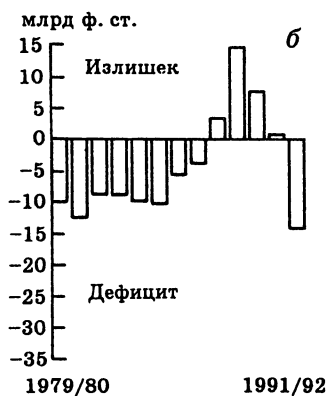


Рис. 12. Государственный бюджет: *a*. Бюджет Великобритании на 1991–1993 гг.
б. Дефицит и излишек государственного бюджета Великобритании, 1979–1992 гг.
 Источник: UK National Accounts, 1992.

ДЕФИЦИТ). Этот разрыв может возникать как следствие единичного события (например, финансирование ведения войны) или же отражать осуществление правительством стимулирующей (экспансионистской) ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ.

Государственный долг в Великобритании оформляется в виде следующих финансовых инструментов: прежде всего крат-

косрочных КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ и долгосрочных ОБЛИГАЦИЙ, а также национальных сберегательных сертификатов. ПРОЦЕНТ по государственному долгу выплачивается из текущих бюджетных поступлений.

Иногда размеру государственного долга придаётся слишком большое значение. Например, в 1991 г. государственный долг Великобритании составил 163 000 млн ф. ст. тогда как текущий ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ составлял 574 000 млн ф. ст. Однако причин для тревоги нет, поскольку большую часть государственного долга составляет задолженность отечественным резидентам и институтам. С точки зрения МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА выплаты процентов по государственному долгу отечественным кредиторам представляют собой ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ и не являются чистым уменьшением реальных ресурсов экономики, т. е. не снижают её возможности по производству товаров и услуг. В 1991 г. 94% государственного долга Великобритании оставалось внутри страны, а выплаты на его обслуживание составляли всего 7% от общей суммы ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ.

См. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ, ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ, ПОГАШЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СЕКТОР (public sector or government sector) — часть экономики, связанная со сделками, которые осуществляются государством. Государство получает доход от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и других источников и воздействует на экономику посредством расходов на потребление и инвестиции (ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ), а также осуществляя контроль (с помощью КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ и ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ) над расходами на потребление и инвестиции других секторов экономики. Государственный сектор в совокупности с ИНДИВИДУАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ, ФИНАНСОВЫМ СЕКТОРОМ, КОРПОРАТИВНЫМ СЕКТОРОМ и ИНОСТРАННЫМ СЕКТОРОМ формирует национальную экономику.

См. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ГОСУДАРСТВО БЛАГОСОСТОЯНИЯ (welfare state) — государство, которое предоставляет всеобъемлющие ПОСОБИЯ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ, например государственные услуги по здравоохранению, государственные пенсии за выслугу лет, пособия по безработице, болезням и т. д.

См. ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ.

ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, или **КРИВАЯ ТРАНСФОРМАЦИИ** (production possibility boundary or

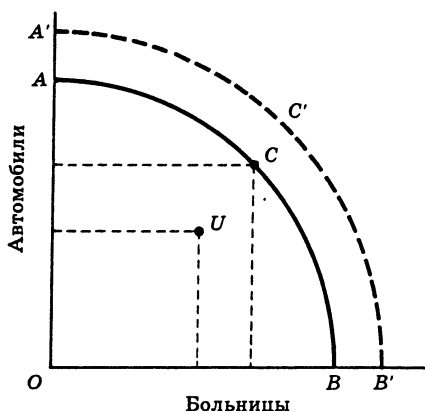


Рис. 13. Граница производственных возможностей.

transformation curve) — метод иллюстрации экономической проблемы РЕДКОСТИ. Граница производственных возможностей показывает максимальное количество товаров или услуг, которые могут быть произведены в экономике в данный момент времени при полном использовании доступных ресурсов и технологий. На рис. 13 показана граница производственных возможностей для производства автомобилей и строительства больниц при условии, что все ресурсы полностью задействованы наиболее эффективно. Точка *A* представляет максимально возможный объем производства автомобилей при отсутствии строительства больниц, точка *B* обозначает максимально возможный объем строительства больниц при отсутствии производства автомобилей. Любой точке границы, например *C*, соответствует «выбор» между двумя товарами. Производство автомобилей может быть расширено *только* при сокращении ресурсов, выделяемых на строительство больниц.

Граница производственных возможностей является кривой, а не прямой линией, так как ресурсы не одинаково эффективны в производстве различных количеств товаров. Так, вблизи точки *A*, обозначающей большое количество автомобилей и малое количество больниц, большее число строителей переведено из строительства в автомобильную промышленность. Маловероятно, что они будут работать на новом месте так же эффективно, как и на прежнем. Поэтому на участке от точки *A* до точки *C* кривая идет полого. Напротив, вблизи точки *B*, обозначающей большое количество больниц и малое количество автомобилей, большинство

автомехаников переведено из автомобильной промышленности в строительство. Вероятно, они будут работать в новой области менее эффективно, чем в прежней, поэтому кривая при продвижении от точки *C* к точке *U* становится круче.

Точка *U* обозначает БЕЗРАБОТИЦУ. Ее положение показывает, что может быть произведено большее количество этих товаров, если в производстве будут использоваться незанятые ресурсы. Пунктирная линия *A'B'* показывает, как может сдвигаться граница производственных возможностей в результате долго-срочного ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА, который увеличивает потенциальный выпуск. Величина и скорость сдвига границы зависят от темпов экономического роста.

См. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ, ЛИНЕЙНОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО, МЕЖВРЕМЕННОЕ ЗАМЕЩЕНИЕ.

ГРАФИК (graph) — изображение данных в графической форме, позволяющее показать взаимозависимость между НЕЗАВИСИМОЙ ПЕРЕМЕННОЙ и ЗАВИСИМОЙ ПЕРЕМЕННОЙ. При построении графика обозначаются и масштабируются две оси для представления двух переменных, затем в плоскости, определяемой осями, наносятся точки, отображающие пары значений переменных, соединяющиеся линией. Часто на графиках в качестве независимой переменной выступает время, и линия изображает изменение зависимой переменной во времени.

ГРАФИК ИМПОРТА (import schedule) — график, отражающий связь между НАЦИОНАЛЬНЫМ ДОХОДОМ и долей дохода, затраченной на ИМПОРТ, как это показано на рис. 14. (См. СРЕДНЯЯ СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ). Наклон кривой графика импорта соответствует ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТИ К ИМПОРТУ.

ГРАФИК ИНВЕСТИЦИЙ (investment schedule) — график, отображающий связь ИНВЕСТИЦИЙ и НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. В коротком и среднем периодах кривая графика будет иметь поло-

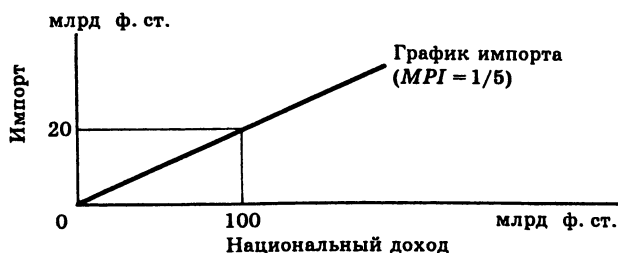


Рис. 14. График импорта.

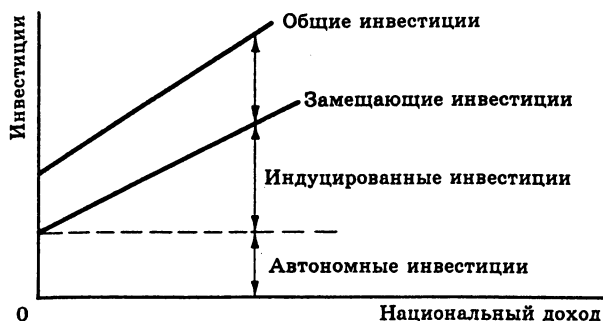


Рис. 15. График инвестиций.

жительный наклон и при величине инвестиций больше нуля будет пересекаться с вертикальной осью, что изображено сплошной линией на рис. 15, так как некоторые инвестиции (*автономные инвестиции*) будут иметь место даже при нулевом уровне национального дохода.

Как показано на рис. 15, график инвестиций состоит из определенного числа элементов.

(а) *Автономные инвестиции*, которые зависят от факторов, не связанных с доходом, таких как технологические изменения и сокращение затрат. Автономные инвестиции осуществляются независимо от уровня дохода.

(б) *Замещающие инвестиции*, которые требуются для поддержания величины капитального запаса в экономике и имеют тенденцию изменяться в зависимости от уровня национального дохода, поскольку при увеличении национального дохода и объема выпуска требуется большее количество замещающих инвестиций:

	Фунты стерлингов	
Национальный доход	1000	2000
Капитальный запас	100	200
Замещающие инвестиции	10	20

(в) *Индукцированные инвестиции*, осуществляемые тогда, когда повышающийся спрос оказывает давление на существующие производственные мощности и увеличивает прибыльность, побуждая тем самым фирмы инвестировать в большем объеме. Таким образом, чем выше темп роста национального дохода, тем больше уровень индукцированных инвестиций.

См. АКСЕЛАТОР, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.



Рис. 16. График «инвестиции—сбережения».

ГРАФИК «ИНВЕСТИЦИИ—СБЕРЕЖЕНИЯ» (IS (investment—saving) schedule) — график, демонстрирующий комбинации уровней НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК, при которых поддерживается условие равновесия реального сектора экономики (ИНВЕСТИЦИИ РАВНЫ СБЕРЕЖЕНИЯМ) (см. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА).

Как видно из рис. 16, кривая графика «инвестиции—сбережения» имеет отрицательный наклон: более низкая процентная ставка стимулирует более высокий уровень инвестиций (см. ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ), который, в свою очередь, способствует повышению уровня национального дохода и объема выпуска благодаря эффекту МУЛЬТИПЛИКАТОРА. Однако более высокий уровень инвестиций требует и более высокого уровня сбережений для поддержания экономического равновесия ($S = I$, где S — объем сбережений, I — объем инвестиций). Большой уровень сбережений может иметь место только при большем уровне дохода, поэтому более низкие процентные ставки требуют большего равновесного уровня дохода.

График «инвестиции—сбережения» взаимодействует с ГРАФИКОМ «ЛИКВИДНОСТЬ—ДЕНЬГИ» в определении состояния общего равновесия экономики в целом.

ГРАФИК «ЛИКВИДНОСТЬ—ДЕНЬГИ» (LM (liquidity—money) schedule) — график, показывающий различные комбинации уровней НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК при соблюдении условия равновесия товарно-денежной экономики: $L = M$ (рис. 17).

График «ликвидность—деньги» во взаимодействии с ГРАФИКОМ «ИНВЕСТИЦИИ—СБЕРЕЖЕНИЯ» определяет точку общего равновесия экономики в целом.

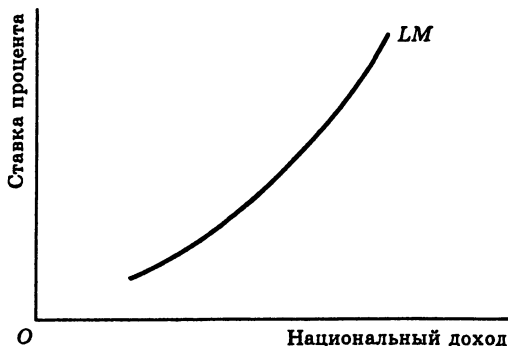


Рис. 17. График «ликвидность — деньги» (LM). График LM имеет положительный наклон: при данном запасе денег в экономике повышение процентной ставки приводит к уменьшению спекулятивного спроса на деньги, высвобождая часть денег для транзакционного спроса (см. ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ). Если транзакционный спрос на эти деньги будет предъявлен, национальный доход возрастет (транзакционный спрос на деньги является функцией уровня национального дохода). Следовательно, для того, чтобы люди воспользовались этими средствами при более высокой процентной ставке, необходимо увеличение уровня национального дохода.

См. также МОДЕЛЬ «ЛИКВИДНОСТЬ — ДЕНЬГИ», СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ, ТРАНСАКЦИОННЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ.

ГРАФИК НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ (taxation schedule) — график, который изображает связь между поступлениями от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и уровнем НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Для ПОДОХОДНОГО НАЛОГА кривая имеет положительный наклон, что означает рост налоговых поступлений при увеличении уровня дохода (рис. 18). Точно так же поступления от обложения расходов растут при увеличении уровня последних.

См. ФИСКАЛЬНЫЙ ТОРМОЗ, СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ.



Рис. 18. График налогообложения.

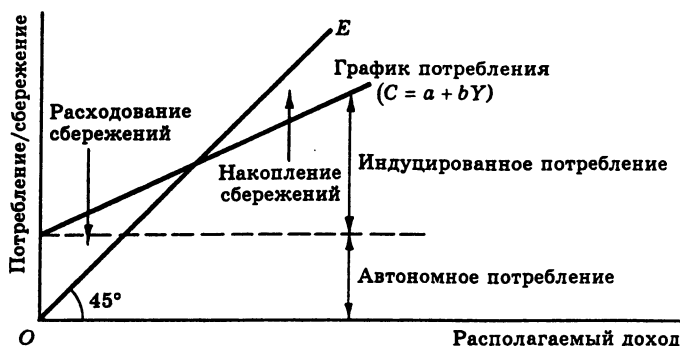


Рис. 19. График потребления. Изображен простой график потребления, имеющий линейную форму $C = a + bY$, где C — потребление, a — минимальный уровень потребительских расходов при нулевом располагаемом доходе (автономное потребление). С ростом дохода потребительские расходы увеличиваются (индуцированное потребление), и b — доля каждого дополнительного фунта стерлингов располагаемого дохода, которая затрачивается на потребление. Линия под углом 45° OE показывает, чему были бы равны потребительские расходы, если бы они совпадали по величине с располагаемым доходом. Разница между OE и данной линией потребления отражает величину расходования или накопления сбережений при различных уровнях дохода. Наклон кривой потребления соответствует предельной склонности к потреблению. См. график сбережений, гипотеза жизненного цикла, гипотеза перманентного дохода.

ГРАФИК ПОТРЕБЛЕНИЯ (consumption schedule) — график, изображающий связь между расходами на потребление и уровнем национального дохода или располагаемого дохода. Он является графическим эквивалентом функции потребления. При низких уровнях располагаемого дохода домашние хозяйства расходуют больше, чем составляет их текущий доход (см. РАСХОДОВАНИЕ СБЕРЕЖЕНИЙ), за счёт сбережений, накопленных в прошлом, заимствования или продажи активов с целью поддержания потребления на некотором желаемом минимальном уровне (АВТОНОМНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ). При высоких уровнях располагаемого дохода домашние хозяйства потребляют только часть своего дохода, а оставшуюся часть сберегают (см. СБЕРЕЖЕНИЯ). См. рис. 19.

См. ИНДУЦИРОВАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ.

ГРАФИК ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ (money supply schedule) — график, который изображает зависимость объёма предложения денег от процентной ставки. В некоторых исследованиях предложение денег изображается вертикальной прямой линией; это

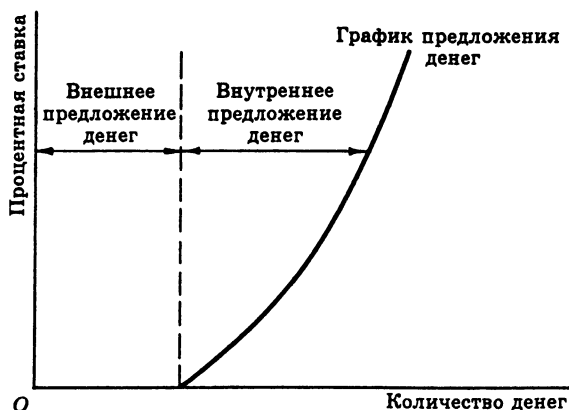


Рис. 20. График предложения денег.

означает, что предложение денег определяется экзогенно, вводится в экономическую систему «извне» государством (например, выпущенные государством банкноты и монеты, составляющие часть «узкой» категории денег M_0). Однако значительная часть «более широкого» предложения денег (деньги M_3) определяется эндогенно: например, банковские депозиты «создаются» банковской системой и, следовательно, они высокочувствительны к изменениям процентной ставки. Таким образом, в целом, чем выше ставка процента (чем выше доход по предоставляемым кредитам), тем больше объем предложения денег (рис. 20). График предложения денег совместно с ГРАФИКОМ СПРОСА НА ДЕНЬГИ определяет равновесную ставку процента.

См. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ, СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ.

ГРАФИК СБЕРЕЖЕНИЙ (savings schedule) — график, отображающий связь между СБЕРЕЖЕНИЯМИ и уровнем дохода. В простой модели КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА как потребление, так и сбережения осуществляются только домашними хозяйствами. При низких уровнях РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА расходы домашних хозяйств на потребление превышают текущие доходы (см. РАСХОДОВАНИЕ СБЕРЕЖЕНИЙ). При более высоких уровнях располагаемого дохода домашние хозяйства расходуют на потребление только часть своих текущих доходов, а остальную часть сберегают, как видно из рис. 21. Таким образом, график сбережений строится посредством вычитания данных ГРАФИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ из данных линии, проведенной под углом 45° , как показано в нижней части рис. 21. Наклон кривой

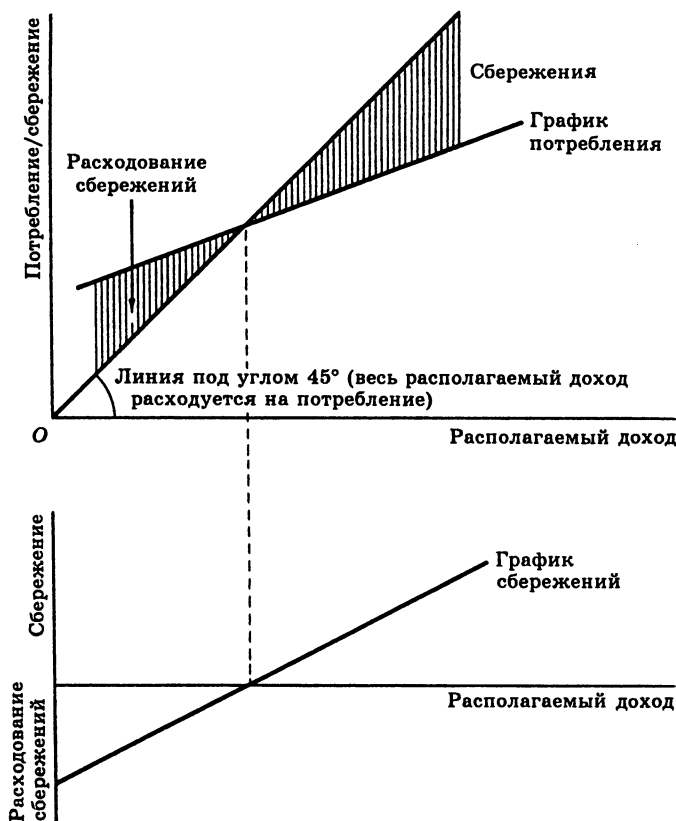


Рис. 21. График сбережений.

графика сбережений равен наклону ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТИ К СБЕРЕЖЕНИЮ.

См. также ГИПОТЕЗА ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА, ГИПОТЕЗА ПЕРМАНЕНТНОГО ДОХОДА.

ГРАФИК СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (aggregate supply schedule) — график, показывающий общий объём отечественных товаров и услуг, предлагаемых предпринимательским сектором и государством, при различных уровнях общих расходов. График СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ обычно строится в виде прямой линии, под углом 45° выходящей из начала координат, поскольку предприниматели производят любой объём национального выпуска, всегда исходя из расчётов, достаточна ли будущая величина общих расходов (СОВОКУПНЫЙ СПРОС) для

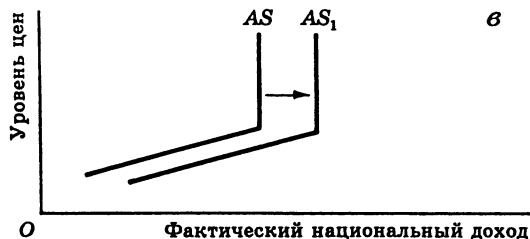
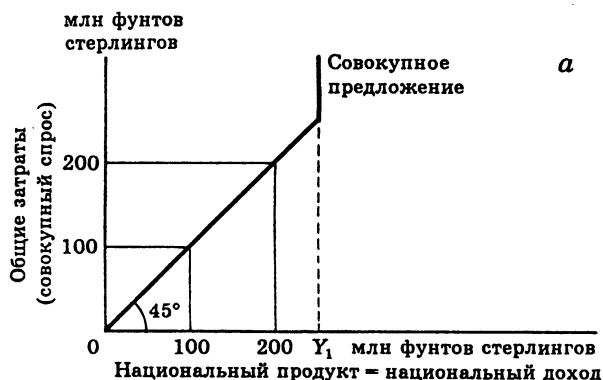


Рис. 22. График совокупного предложения.

того, чтобы они смогли продать весь этот выпуск. Таким образом, как изображено на рис. 22а, расходы в 100 млн ф. ст. приводят к 100 млн ф. ст. совокупного предложения, расходы в 200 млн ф. ст. приводят к 200 млн ф. ст. совокупного предложения и т. д. Однако этот процесс не может продолжаться до бесконечности, ибо, когда ресурсы экономики оказываются полностью занятыми в производстве продуктов, дополнительные расходы нельзя обеспечить дополнительными затратами внутренних ресурсов, поскольку потолок потенциального вы-

пуска уже достигнут экономикой. Следовательно, правее уровня национального продукта, соответствующего полной занятости, Y_f , кривая графика совокупного предложения становится вертикальной. (См. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ).

С другой стороны, график совокупного предложения можно представить в виде различных уровней предложения реально-го национального дохода при разном УРОВНЕ ЦЕН (рис. 22б). Данная версия графика совокупного предложения является аналогом на макроуровне графика предложения и КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ отдельного продукта, с той только разницей, что первый отражает предложение *всех* товаров и услуг и имеет дело с общим уровнем цен, а не с ценой конкретного продукта. На рис. 22в показан сдвиг кривой совокупного предложения вправо в результате, например, увеличения численности рабочей силы, роста капитала или технологического прогресса.

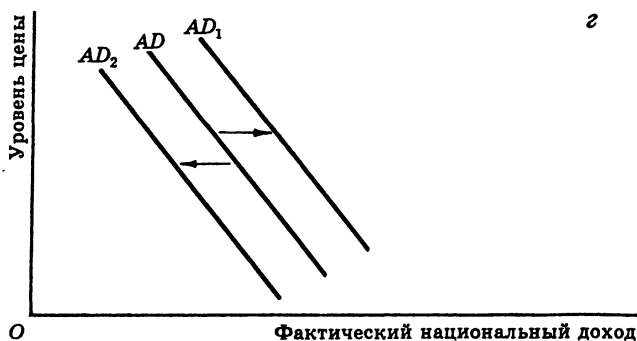
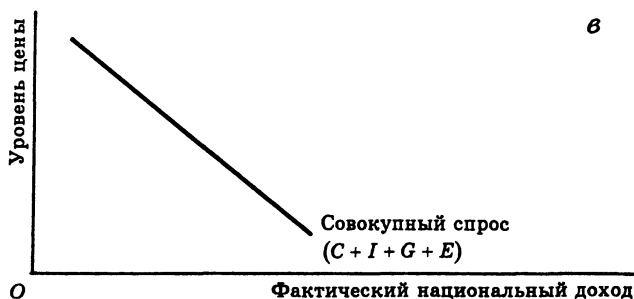
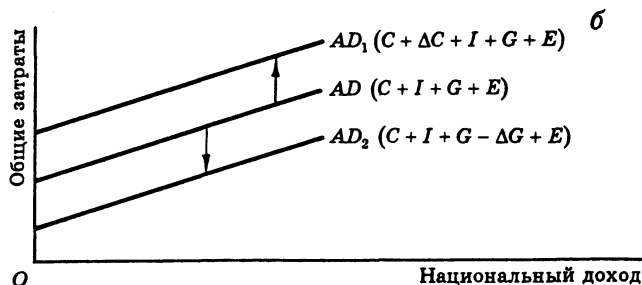
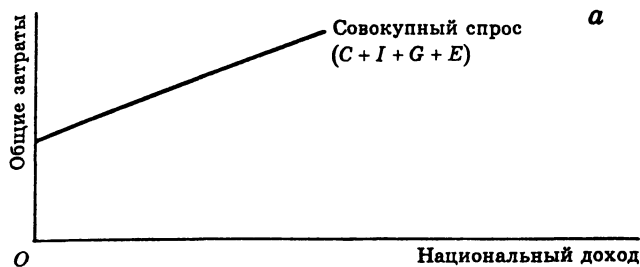
Совокупное предложение во взаимодействии с совокупным спросом определяет РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ГРАФИК СОВОКУПНОГО СПРОСА (aggregate demand schedule) — график, показывающий общую сумму расходов на отечественные товары и услуги при разных уровнях НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Он строится путём сложения данных графиков ПОТРЕБЛЕНИЯ, ИНВЕСТИЦИЙ, ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ и ЭКСПОРТА, как показано на рис. 23а.

Данный график совокупного спроса строится на основе распространённой предпосылки CETERIS PARIBUS. Кривая сдвигается вверх или вниз при изменении отдельных факторов, определяющих её положение (рис. 23б).

С другой стороны, график совокупного спроса можно представить в виде различных уровней спроса на реальный национальный доход при разном УРОВНЕ ЦЕН, как это показано на рис. 23в. Такой альтернативный график основывается на предпосылке, что

Рис. 23. График совокупного спроса. а. На графике изображено изменение совокупного спроса вместе с уровнем НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. б. Сдвиги кривой вследствие изменений в ключевых факторах. Например, если растёт склонность к ПОТРЕБЛЕНИЮ, кривая потребления сдвигается вверх, приводя к сдвигу кривой совокупного спроса из положения AD в AD_1 ; сокращение государственных расходов вызывает сдвиг кривой вниз: из AD в AD_2 . в. График изображает объём спроса на реальный национальный доход в зависимости от уровня цен. г. Сдвиги кривой вследствие изменения ключевых факторов. Например, если растёт склонность к потреблению, кривая совокупного спроса сдвигается вправо, из положения AD в AD_1 ; сокращение государственных расходов вызывает сдвиг кривой влево, из AD в AD_2 .



все остальные факторы, влияющие на планируемые расходы, постоянны. При изменении факторов кривая сдвигается вправо или влево (см. рис. 23г). Данная версия графика совокупного спроса является аналогом на макроуровне графика спроса и КРИВОЙ СПРОСА на отдельный продукт, с той только разницей, что первая отражает спрос на *все* товары и услуги и имеет дело с общим уровнем цен, а не с конкретной ценой.

ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ (money-demand schedule) — график, отображающий взаимосвязь между объемом спроса на деньги, Q_d (ПРЕДПОЧТИЕ ЛИКВИДНОСТИ), и ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ (i) при данном уровне НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА (Y):

$$Q_d = f(i, Y).$$

Спрос на деньги состоит из трех компонентов: (а) ТРАНСАКЦИОННОГО СПРОСА НА ДЕНЬГИ (т. е. деньги, которые хранятся для ежедневного финансирования текущих расходов на товары и услуги); (б) СПРОСА НА ДЕНЬГИ ИЗ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ (т. е. деньги, которые хранятся для покрытия непредвиденных расходов); (в) СПЕКУЛЯТИВНОГО СПРОСА НА ДЕНЬГИ (т. е. деньги, которые хранятся для покупки ОБЛИГАЦИЙ в ожидании падения их цены).

Падение ставки процента увеличивает спекулятивный спрос на деньги. Ставка процента находится в обратной зависимости от цены облигации. Например, если номинальный доход от облигации составляет 10 пенсов в год и цена облигации равна 1 ф. ст., то эффективная процентная ставка равна 10% годовых; если цена облигации падает до 50 пенсов, эффективная ставка процента повышается до 20% годовых. Соответственно, чем ниже процентная ставка, тем выше цена облигации. Чем выше становятся цены облигаций, тем меньше вероятность дальнейшего роста их выпуска и больше шансов, что эти цены будут падать. Таким образом, как показано на рис. 24а, чем ниже ставка процента, тем сильнее побуждение сберегать наличность для спекулятивных целей.

Увеличение национального дохода повышает ТРАНСАКЦИОННЫЙ СПРОС и может повысить СПРОС НА ДЕНЬГИ ИЗ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ, сдвигая кривую графика спроса на деньги вправо, от mds_1 к mds_2 на рис. 24б.

График спроса на деньги вместе с ГРАФИКОМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ определяет ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ.

ГРУППА СГОВОРА (concert party) — группа частных или юридических лиц, действующих в «согласии», объединив свои ресурсы с целью ПОГЛОЩЕНИЯ какой-либо компании.

См. ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПОГЛОЩЕНИИ, КОДЕКС СИТИ.

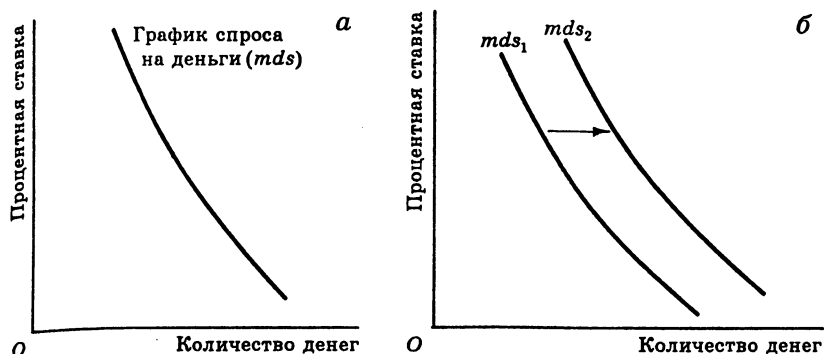


Рис. 24. График спроса на деньги. а. Национальный доход принят постоянным. б. Эффект увеличения национального дохода.

ГРЯЗНОЕ ПЛАВАНИЕ (dirty float) — манипуляции, производимые регулирующими органами страны над её ВАЛЮТНЫМ КУРСОМ в условиях СИСТЕМЫ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ, ставящие своей целью прежде всего получение конкурентных преимуществ перед торговыми партнерами. Так, власти могут осуществлять интервенции на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ, чтобы, скажем, прекратить дальнейший рост курса национальной валюты (см. РЕВАЛЬВАЦИЯ) под действием рыночных сил, или, напротив, они могут сознательно вызвать ДЕВАЛЬВАЦИЮ валюты.

См. ПОЛИТИКА РАЗОРЕНИЯ СОСЕДА.

ГУДВИЛЛ (goodwill) — разница на определённый момент времени между рыночной оценкой ФИРМЫ и суммой её чистых АКТИВОВ, записанной в БАЛАНСЕ. Если другая фирма желает приобрести данную фирму, то гудвилл представляет собой премию, которую покупателю придется заплатить при покупке фирмы сверх стоимости её активов. Это объясняется наличием торговых контрактов фирмы, репутации, ТОРГОВЫХ МАРОК, управленческого опыта и «ноу-хау». Если дела фирмы шли неудачно, её рыночная оценка потенциальным покупателем может быть ниже, чем стоимость её активов по БАЛАНСУ, и в этом случае гудвилл отрицателен.

ГЭЛБРЕЙТ, ДЖОН КЕННЕТ (Galbraith, John Kenneth (1908)) — канадский экономист, чьи радикальные взгляды на функционирование рыночной экономики были выражены в ряде книг, таких как «Общество изобилия» (1958) и «Новое индустриальное общество» (1967). Гэлбрейт считает, что промышленно развитые экономики включают в себя конкурентный сектор мел-

ких предприятий, управляемых собственниками, и монопольный сектор крупных промышленных компаний, управляемых служащими-технократами. На изучении последнего сектора и сосредоточивается Гэлбрейт.

Гэлбрейт утверждает, что большие компании планируют свою деятельность так, чтобы минимизировать рыночную неопределённость, и что они стремятся с помощью рекламы создать спрос на новые продукты перед началом их производства (ПЕРЕСМОТРЕННАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ по отношению к общепринятому мнению экономистов, предполагающих, что вначале потребители проявляют свои потребности, а затем ресурсы распределяются для удовлетворения этих потребностей). Тем не менее Гэлбрейт признает, что крупные фирмы способствуют развитию технических инноваций и достигают экономии от масштаба, что приносит значительное увеличение доходов. Далее он рассматривает рост крупных компаний, ведущий к увеличению численности профсоюзов как УРАВНОВЕШИВАЮЩЕЙ СИЛЫ, призванной обеспечить достаточную долю рабочих в растущих доходах. Исходя из этого, Гэлбрейт утверждает, что большие компании должны не разрушаться, а контролироваться государством для предотвращения их злоупотреблений своей монопольной властью и для увеличения уравновешивающей силы потребителей и мелкого бизнеса.

Гэлбрейт также подверг критике американскую рыночную систему за то, что в ней слишком мало ресурсов уходит на развитие общественного сектора, тогда как частный сектор занимает господствующее положение, в результате чего возникает ситуация частного изобилия и общей нищеты.

Д

ДВИЖЕНИЕ КАПИТАЛА (capital movements) — потоки ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ между странами, отражающие краткосрочные и долгосрочные ИНВЕСТИЦИИ в физические АКТИВЫ и ЦЕННЫЕ БУМАГИ, а также заимствования.

См. ПРИТОК КАПИТАЛА, ОТТОК КАПИТАЛА, ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС, ЗАГРАНИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ.

ДВОЙНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ (double taxation) — обложение налогами (см. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ) ДОХОДОВ и ПРИБЫЛЕЙ вначале в той стране, где они получены, а затем тогда, когда эти доходы и прибыли переводятся в страну их получателя. Двойное налогообложение может стать серьезным препятствием на пути международных потоков труда и капитала. Поэтому многие страны заключают соглашения о двойном налогообложении, ограничивающие налоговые обязательства перед страной, в которой доход получен.

См. УНИТАРНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

ДВОЙСТВЕННАЯ ЭКОНОМИКА (dual economy) — экономика, в которой капиталоемкие и технологически передовые сектора сосуществуют с трудоёмкими и технологически не развитыми секторами. Такое положение изучается в рамках ТЕОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ. Проблема здесь состоит в том, как достигнуть ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: опираясь ли на ведущие в технологическом отношении сектора или пытаясь более равномерно распределять ресурсы экономики по всем секторам, чтобы достичь сбалансированного роста. Данная концепция касается, главным образом, РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН.

См. ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ.

ДВУСТОРОННИЕ ПОТОКИ (bilateral flows) — движение денег между секторами экономики навстречу противоположным потокам товаров и услуг. Например, доход в обмен на предоставляемые производственные факторы и потребительские расходы.

ды в уплату за потребленные товары и услуги. Двусторонние потоки позволяют игнорировать потоки товаров и услуг в экономике и концентрировать внимание на движении денег в МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ДВУСТОРОННЯЯ МОНОПОЛИЯ (bilateral monopoly) — ситуация, когда на рынке имеется только один продавец (как при МОНОПОЛИИ) и один покупатель (как при МОНОПСОНИИ).

ДВУСТОРОННЯЯ ОЛИГОПОЛИЯ (bilateral oligopoly) — ситуация на рынке со значительной концентрацией продавцов (как при ОЛИГОПОЛИИ) и значительной степенью концентрации покупателей (как при ОЛИГОПСОНИИ).

См. УРАВНОВЕШИВАЮЩАЯ СИЛА.

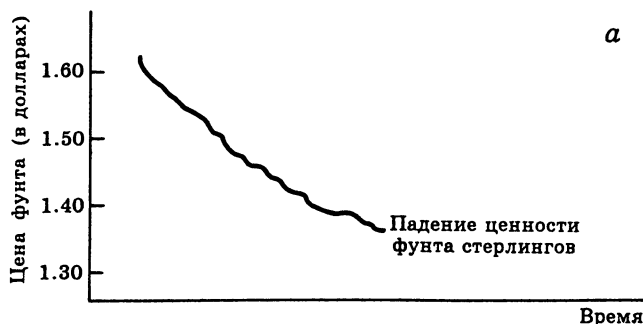
ДВУСТОРОННЯЯ ТОРГОВЛЯ (bilateral trade) — торговля между двумя странами. Двусторонняя торговля является частью МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ, многосторонней по своему характеру.

См. МНОГОСТОРОННЯЯ ТОРГОВЛЯ, ВСТРЕЧНЫЙ ТОВАРООБМЕН.

ДВУХСТАВОЧНЫЙ (ДВУХЧАСТНЫЙ) ТАРИФ (two-part tariff) — метод установления цены, который предполагает назначение платы за единицу потреблённых ТОВАРА или УСЛУГИ плюс фиксированную годовую или ежеквартальную плату для покрытия накладных затрат. Двухставочные тарифы могут использоваться КОММУНАЛЬНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ или фирмами для достижения выгод ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ и в то же время для увеличения дохода, достаточного для покрытия всех расходов (избегая, таким образом, дефицита и проблемы его финансирования). Простые или двухставочные тарифы в настоящее время применяются для назначения платы потребителям за газ, электричество, телефон и т. д., хотя более сложные, многоставочные тарифы могут использоваться для отражения разных предельных затрат, с которыми связано предложение таких товаров, как электричество и транспортные услуги в периоды пиковой нагрузки и в обычные периоды.

См. также ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ СРЕДНИХ ЗАТРАТ, НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПО ПИКОВОЙ НАГРУЗКЕ.

ДЕВАЛЬВАЦИЯ 1. (depreciation) — понижение курса НАЛИЧНЫХ ДЕНЕГ по отношению к другим валютам при СИСТЕМЕ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ, как это показано на рис. 25а. Девальвация валюты делает ИМПОРТ (в местной валюте) дороже, а ЭКСПОРТ (в местной валюте) дешевле, тем самым вызывая уменьшение импорта и увеличение экспорта и помогая ликвидировать дефицит ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА. Так (рис. 25б), если бы обмен-



б

Обменный курс	Внутренняя цена на продукт в Великобритании, ф. ст.	Цена британского продукта, экспортируемого в США, долл.	Внутренняя цена на продукт в США, долл.	Цена продукта США, импортируемого в Великобританию, пенсы
£1=\$1.6	1	1.60	1	62
£1=\$1.4	1	1.40	1	71

Рис. 25. Девальвация. а. Девальвация фунта стерлингов по отношению к доллару. б. Влияние девальвации на цены экспортируемых и импортируемых товаров.

ный курс фунта к доллару упал с 1.60 ф. ст. до 1.40 ф. ст., это позволило бы британским экспортерам снизить цены на свою продукцию на соответствующую величину, повысив, таким образом, свою ценовую конкурентоспособность на американском рынке (хотя они могут не снижать цены на всю величину девальвации, чтобы повысить свою прибыльность или направить больше средств на расширение продаж и т. д.). Кроме того, девальвация приводит к повышению стерлинговых цен американских продуктов, импортируемых в Великобританию, делая их тем самым менее конкурентоспособными в отношении цены на внутреннем рынке, чем британские продукты.

Для того, чтобы девальвация «действовала», необходимы следующие три основных условия.

(а) Успешность девальвации зависит от чувствительности объема экспорта и импорта к изменению относительных цен, т. е. от ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ на экспорт и импорт. Если спрос на экспорт и импорт эластичен, то изменение объемов торговли улучшит платёжеспособный баланс. Равновесие платёжного баланса будет восстановлено, если сумма эластич-

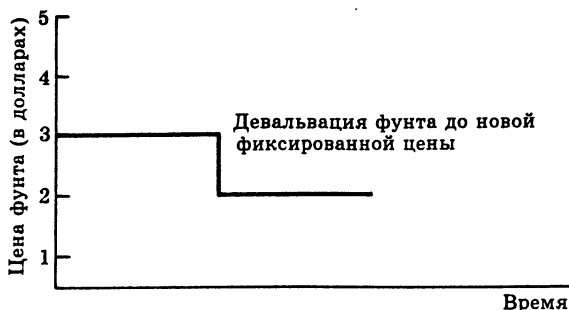


Рис. 26. Девальвация. Девальвация фунта стерлингов по отношению к доллару.

ностей экспорта и импорта больше единицы (УСЛОВИЕ МАРШАЛЛА — ЛЕРНЕРА).

(б) Со стороны предложения должны иметься свободные и достаточно мобильные ресурсы, которые можно было бы переключить на отрасли, производящие экспортные и импортозамещающие товары, из других секторов экономики. Если в экономике достигнута полная занятость, то внутренний спрос должен быть сокращен и/или переключен дефляционными мерами для осуществления требуемого перелива ресурсов.

(в) В более длительном периоде должен сдерживаться компенсирующий рост внутренних цен. Девальвация приводит к удорожанию импорта базовых товаров (сырья и продуктов питания), что может вызвать рост внутренних производственных затрат и стоимости жизни. Это, в свою очередь, может повысить внутренние цены и номинальную зарплату, создавая тем самым необходимость дальнейшей девальвации для сохранения ценовой конкурентоспособности.

См. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ. Ср. РЕВАЛЬВАЦИЯ.

ДЕВАЛЬВАЦИЯ 2. (devaluation) — понижение валютного курса валюты по отношению к другим валютам, производимое в административном порядке при системе фиксированного валютного курса. Пример: снижение курса фунта стерлингов по отношению к доллару США с одного фиксированного значения, скажем с 1 ф. ст. = 3 долл., до другого, 1 ф. ст. = 2 долл., как это показано на рис. 26. Правительство прибегает к девальвации, чтобы добиться уничтожения дефицита ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА. Девальвация делает ИМПОРТ (в местной валюте)

дороже, тем самым сокращая спрос на импорт, а ЭКСПОРТ (в местной валюте) дешевле, тем самым стимулируя спрос на экспорт. Действенность девальвации в достижении равновесия платёжного баланса зависит от ряда факторов: восприимчивости экспорта и импорта к изменениям цен, наличия свободных ресурсов для расширения экспорта и замены импорта (что крайне важно в длительном периоде), контроля над инфляцией с целью поддержания темпов роста внутренних цен на одном уровне или ниже темпов инфляции в других странах (подробнее см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ 1). Девальвация может повлиять на деловой климат несколькими путями, прежде всего созданием для фирм возможностей расширения объёма продаж и повышения прибыльности. Девальвация поднимает цены на импорт, делая импортные продукты менее конкурентоспособными по сравнению с отечественными и поощряя переключение спроса внутренних потребителей на отечественные заменители. Аналогично падение цен на экспорт, как правило, вызывает рост спроса зарубежных потребителей на продукты, экспортируемые из данной страны за счёт снижения спроса на местные продукты и экспорт из других стран. Если бы фунт стерлингов (см. выше) девальвировал на одну треть, это позволило бы британским экспортерам снизить цены на свою продукцию на ту же величину, таким образом повысив свою ценовую конкурентоспособность на американском рынке. Однако они могут и не сокращать цены на всю величину девальвации, чтобы повысить сумму прибыли на единицу выпуска или направить больше средств на рекламу и расширение объёма продаж. Ср. ДЕВАЛЬВАЦИЯ 1.

См. МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

ДЕЗИНВЕСТИЦИИ (disinvestment) — 1. Уменьшение ЗАПАСА КАПИТАЛА страны, которое имеет место, когда новые ИНВЕСТИЦИИ недостаточно велики, чтобы покрыть ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА (выбытие капитала в результате износа).

2. Продажа или закрытие фирмой части своего предприятия.

См. ОТТОРЖЕНИЕ.

ДЕЗИНТЕРМЕДИАЦИЯ (disintermediation) — ситуация, когда ФИНАНСОВЫЙ ПОСРЕДНИК (типа СТРОИТЕЛЬНОГО ОБЩЕСТВА) вынужден сократить свои кредитные операции по причине изъятия из него вкладов и его неспособности привлечь новые средства. Дезинтермедиация имеет место обычно (и при этом временно) в тех случаях, когда посреднику (см. ПОСРЕДНИЧЕСТВО) при общем росте процентных ставок не удаётся быстро скорректировать процентные ставки по вкладам, и, таким образом,

он со своими ставками оказывается недостаточно конкурентоспособен по сравнению с другими депозитными учреждениями.

ДЕЗИНФЛЯЦИЯ (disinflation) — падение общего уровня цен, зачастую сопровождаемое сокращением национального дохода (дефляция). Власти часто сознательно прибегают к дезинфляции, чтобы победить инфляцию и преодолеть дефицит ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА. К числу инструментов дезинфляционной политики относят фискальные мероприятия (например, повышение налогов), кредитно-денежные мероприятия (например, повышение процентных ставок), а также контроль над ценами и доходами.

См. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ, ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ (deindustrialization) — устойчивое падение доли промышленного производства в национальном доходе страны — процесс, который часто сопровождается сокращением числа занятых в промышленности (ср. ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ).

В экономически развитых странах четко наметилась тенденция отставания темпов роста промышленности от темпов роста сферы услуг. Распределение валового внутреннего продукта по отраслям представлено ниже. Данные по промышленности включают в себя данные по обрабатывающей промышленности (по: World Development Report, World Bank, 1992).

	Сельское хозяйство		Промышленность		Обрабатывающая промышленность		Сфера услуг	
	1960	1990	1960	1990	1960	1990	1960	1990
Великобритания	3	2	43	36	32	20	54	62
США	4	2	38	29	29	17	58	69
Япония	13	3	45	41	34	29	42	56
ФРГ	6	2	53	39	40	31	41	59

В Великобритании доля промышленности в ВВП упала с 43% в 1960 г. до 36% в 1990 г., тогда как доля сферы услуг возросла с 54% до 62%. За тот же период численность занятых в промышленности Великобритании сократилась с 11.8 млн чел. в 1960 г. до 6,5 млн чел. в 1990 г.

Изменение долей указанных секторов экономики, возможно, отражает динамику структуры конечного спроса на товары и услуги и, как таковое, может рассматриваться как «есте-

ственная» тенденция, связанная с «созреванием» экономики. Более серьезную проблему представляет деиндустриализация, обусловленная отрицательными факторами на стороне предложения (высокие затраты, завышенный валютный курс, недостаток инвестиций и нововведений), которые ослабляют конкурентоспособность страны в международной торговле (см. ПРОНИКНОВЕНИЕ ИМПОРТА). В этом случае деиндустриализация часто влечет за собой падение национального производства, рост безработицы и проблемы с платёжным балансом.

В начале 1980-х гг. степень деиндустриализации Великобритании была даже более ярко выражена из-за искусственно завышенного валютного курса, подстегиваемого экспортом английской нефти, что вело к потере Великобританией зарубежных рынков.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, СТРУКТУРНАЯ БЕЗРАБОТИЦА.

ДЕЙСТВЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (workable competition) — конкретная реализация тех норм СТРУКТУРЫ РЫНКА и РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ, следствием которых является «приемлемая» действительность рынка. Перечень этих норм представлен ниже.

Нормы структуры

1. Большое или значительное количество производителей, ни один из которых не доминирует на рынке или, по крайней мере, доминирует настолько, насколько позволяет экономия от масштаба.

2. Отсутствие искусственных барьеров входа на рынок.

3. Умеренные различия в качестве производимых на этом рынке продуктов, различия, которые отражены соответствующими различиями в ценах.

Нормы поведения

1. Активная конкуренция между производителями при отсутствии сговора по фиксированию цен, долей на рынке и т. д.

2. Отсутствие исключительных и принудительных методов конкурентной борьбы (таких, как исключительное дилерство, отказы в поставках, продажа с принудительным ассортиментом), имеющих целью нанести вред конкурентам.

3. Чувствительность к спросу потребителей на разнообразие продукта.

Нормы действенности

1. Минимизация затрат предложения (supply cost).

2. Цены, соответствующие затратам предложения и позволяющие обеспечить производителю «справедливую» прибыль в соответствии с эффективностью, риском, инвестициями и инновациями.

3. Избежание чрезмерных затрат на продвижение товара.

4. Внедрение новых технологий и новых продуктов.

Введение понятия действенной конкуренции является попыткой дать более полезные ориентиры для осуществления политики в отношении конкуренции на рынках реального мира по сравнению с ориентирами, которые можно извлечь из теоретического «идеала» — модели совершенной конкуренции. Существуют, однако, значительные трудности, связанные с определением приемлемых норм, таких, например, как «значительное» число фирм, «справедливый» уровень прибыли.

См. также ПАРАДИГМА «СТРУКТУРА — ПОВЕДЕНИЕ — ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА», РЫНОК ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ, ИНТЕРЕСЫ ОБЩЕСТВА, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, МОНОПОЛИЯ.

ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА (market perfomance) — эффективность РЫНКА в использовании ограниченных ресурсов для удовлетворения спроса потребителей на товары и услуги, иными словами — степень, с которой рынок способствует оптимизации экономического благосостояния. Ключевыми элементами действенности рынка являются:

(а) ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ и (б) ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ, т.е. способность рынка производить и распределять продукты с наименьшими возможными издержками;

(в) АЛЛОКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, степень, с которой рыночные цены, выплачиваемые покупателями, соответствуют издержкам производства, включающим, в частности, НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ производителей;

(г) ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, способность производителей внедрять новые, более дешевые технологии производства и распределения и более совершенные продукты;

(д) ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ, количество и ассортимент продуктов, предлагаемых производителями.

Согласно ТЕОРИИ РЫНКОВ, действенность рынка определяется взаимодействием СТРУКТУРЫ РЫНКА и РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ. В свою очередь действенность рынка оказывает влияние на структуру рынка и рыночное поведение.

См. ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО, РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ, ПАРАДИГМА «СТРУКТУРА РЫНКА — ПОВЕДЕНИЕ — РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ», СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, МОНОПОЛИЯ.

ДЕЛОВАЯ СТРАТЕГИЯ (business strategy) — формулирование фирмой долгосрочных планов и методов хозяйствования, объ-

единающих различные стороны производственной и сбытовой деятельности фирмы, с тем чтобы достичь поставленных целей.

См. ЦЕЛИ ФИРМЫ, КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ, ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ.

ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ, или **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ** (business cycle or trade cycle) — колебания уровня экономической активности (ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ), когда периоды депрессий чередуются с периодами бума.

Деловой цикл делится на четыре фазы (рис. 27): а) **ДЕПРЕССИЯ** — период быстрого падения СОВОКУПНОГО СПРОСА в сочетании с низким уровнем выпуска и высоким уровнем БЕЗРАБОТИЦЫ, который в конце концов завершается достижением низшей точки цикла; б) **ПОДЪЕМ** — повышение совокупного спроса в сочетании с ростом выпуска и сокращением безработицы; в) **БУМ** — период, когда совокупный спрос достигает, а затем, по мере приближения к пику цикла, превышает долговременный уровень выпуска (ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ). Достигается полная занятость, а появление избыточного спроса приводит к росту общего уровня цен (ИНФЛЯЦИЯ); г) **СПАД** — фаза, следующая за бумом. Совокупный спрос снижается, вызывая вначале умеренное сокращение выпуска и безработицу, а затем, по мере дальнейшего сокращения спроса, начинается депрессия.

Каковы причины циклических колебаний экономики? Одним из важнейших факторов является колеблемость ИНВЕСТИЦИЙ в ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ и ИНВЕСТИЦИЙ в ЗАПАСЫ (инвестицион-

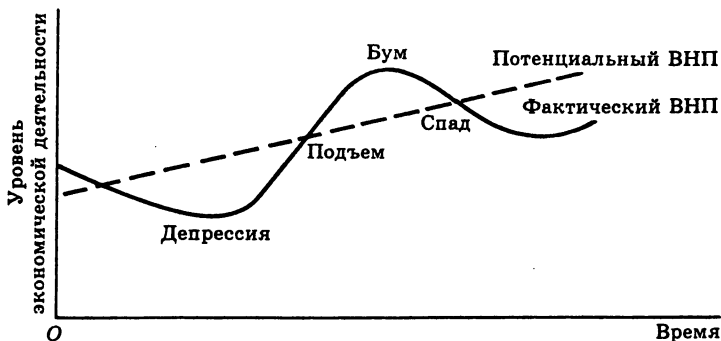


Рис. 27. Деловой цикл. Колебания уровня экономической активности.

ный цикл), которые, в свою очередь, представляют собой функцию ОЖИДАНИЙ деловых кругов по поводу будущего уровня спроса. В верхней точке цикла доход стабилизируется и инвестиции в новые производственные мощности наконец догоняют спрос (см. АКСЕРАТОР). Это приводит к сокращению ИНДУЦИРОВАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ и вследствие понижающего эффекта МУЛЬТИПЛИКАТОРА вызывает падение национального дохода, в результате чего инвестиции сокращаются еще больше. В нижней точке депрессии может произойти увеличение инвестиций — экзогенное (например, вследствие введения новых технологий) или вызванное оживлением ИНВЕСТИЦИЙ НА ЗАМЕЩЕНИЕ. В данном случае рост капиталовложений, усиленный эффектом мультипликатора, ведёт к увеличению национального дохода и, как следствие, объёма индуцированных инвестиций.

См. также УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, ЦИКЛ КОНДРАТЬЕВА, ДЛГО-ВРЕМЕННАЯ СТАГНАЦИЯ.

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ЛОВУШКА (population trap) — ситуация, при которой темп прироста НАСЕЛЕНИЯ страны превышает достижимый уровень ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА. Вследствие этого ДОХОД НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ снижается и проблема облегчения положения бедствующих масс усложняется. Для исправления этой ситуации необходимо, чтобы государство ввело в действие программу контроля рождаемости. Данная проблема время от времени возникает в РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ.

См. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ (demographic transition) — цикл роста НАСЕЛЕНИЯ, связанный с ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ страны. В слаборазвитых странах (т. е. в странах с аграрной экономикой) и РОЖДАЕМОСТЬ, и СМЕРТНОСТЬ высоки, поэтому общая численность населения растёт довольно медленно. С развитием экономики (т. е. в ходе ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ) ДОХОД НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ начинает расти, а коэффициент смертности падает (в результате улучшения питания, санитарных условий, медицинского обслуживания и т. д.), и наступает период быстрого роста населения. При устойчивом опережении темпов ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА по сравнению с темпами роста населения доход на душу населения продолжает увеличиваться, что постепенно приводит к сокращению рождаемости (в обществе «нормой» становятся небольшие семьи, так как люди стремятся сохранить свой растущий достаток). В этот период темпы роста населения замедляются и, в конце концов, даже падают (рис. 28). См. ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ЛОВУШКА, РАЗВИВАЮЩАЯСЯ СТРАНА.

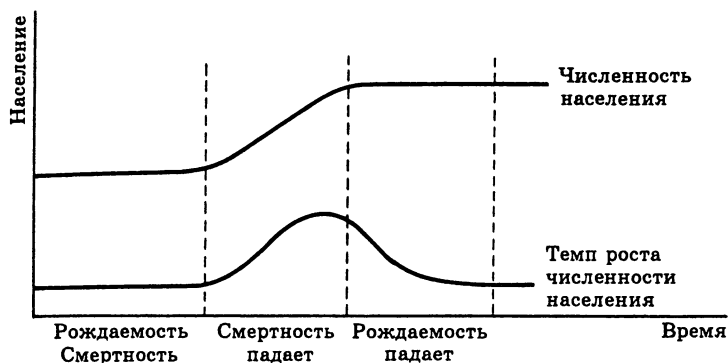


Рис. 28. Демографический сдвиг. Понижение темпов роста населения страны в ходе ее экономического развития.

Большинство развитых промышленных стран пережило демографический сдвиг вышеописанного типа и ныне характеризуется низким уровнем коэффициентов рождаемости и смертности и медленным ростом населения.

ДЕМОГРАФИЯ (demography) — наука о НАСЕЛЕНИИ, изучающая общую численность населения и её изменение вследствие изменений темпов СМЕРТНОСТИ, РОЖДАЕМОСТИ и МИГРАЦИИ, а также половозрастное распределение населения, его географическую и профессиональную структуру. Источниками статистических данных о населении являются ПЕРЕПИСИ населения и записи рождений, смертей и т. д.

См. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ.

ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ (conspicuous consumption) — ПОТРЕБЛЕНИЕ товаров и услуг с целью получения ПОЛЕЗНОСТИ не от самого их использования, а от демонстрации их использования.

Человек может купить «Роллс-Ройс» и эксплуатировать его не столько как средство передвижения, сколько как способ выделиться перед остальными людьми. Возможно, ему хочется, чтобы его считали богатым или человеком со вкусом. Это явление, известное как ЭФФЕКТ ВЕБЛЕНА, может рассматриваться в качестве альтернативы обычным выводам теории потребления, согласно которым количество приобретаемого товара находится в обратной зависимости от его цены (КРИВАЯ СПРОСА имеет отрицательный наклон). Товар, приобретаемый с целью демонстративного потребления, может вполне иметь КРИВУЮ СПРОСА с ПОЛОЖИТЕЛЬНЫМ НАКЛОНОМ, и, таким образом, объём спроса на него увеличивается вместе с его ценой.

ДЕМПИНГ (dumping) — ЭКСПОРТ товара по цене более низкой, чем на внутреннем рынке. Демпинг может являться краткосрочной реакцией на спад в стране (когда излишки выпуска продаются за границу по низким ценам, лишь бы избавиться от них) или средством долгосрочной стратегии проникновения на зарубежные рынки (как только положение на них упрочено, экспортеры повышают цены, чтобы получить прибыль). В любом случае демпинг рассматривается как «нечестная» практика и запрещается международными торговыми договорами, такими как ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ.

См. ПОЛИТИКА РАЗОРЕНИЯ СОСЕДА, УРАВНИТЕЛЬНАЯ ПОШЛИНА.

ДЕНЕЖНАЯ БАЗА (monetary base or high-powered money) — часть ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, находящаяся под непосредственным контролем ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА страны. В Великобритании денежная база включает в себя НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ (БАНКНОТЫ и МОНЕТЫ), находящиеся в обращении, и БАНКОВСКУЮ НАЛИЧНОСТЬ коммерческих банков, а также их оперативные БАЛАНСЫ в АНГЛИЙСКОМ БАНКЕ, что соответствует агрегату М0 в определении денег.

См. ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

ДЕНЕЖНАЯ ЕДИНИЦА (monetary unit) — стандартная единица НАЛИЧНЫХ ДЕНЕГ, формирующая основу внутреннего ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ данной страны, например фунт стерлингов (Великобритания) или франк (Франция). Денежные единицы стран находятся в определённом соотношении друг с другом в осуществлении международной торговли и инвестиций. Эти соотношения определены ВАЛЮТНЫМИ КУРСАМИ.

См. ДЕНЬГИ.

ДЕНЕЖНАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА (money wages) — СТАВКИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ в текущем денежном выражении. Повышение общего уровня цен, которое не сопровождается эквивалентным ростом денежной заработной платы вследствие ДЕНЕЖНОЙ ИЛЛЮЗИИ у части РАБОЧЕЙ СИЛЫ или по причине отказа работодателей выделить деньги на повышение зарплаты, вызывает падение РЕАЛЬНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ. Это означает, что за неизменную денежную заработную плату при более высоком уровне цен можно купить меньше товаров и услуг.

ДЕНЕЖНАЯ ИЛЛЮЗИЯ (money illusion) — иллюзия, возникающая из непонимания людьми того факта, что общее повышение цен (ИНФЛЯЦИЯ) сокращает реальную ПОКУПАТЕЛЬНУЮ СПОСОБНОСТЬ их дохода (РЕАЛЬНАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА). На практике, однако, эта иллюзия маловероятна, так как люди уже

«привыкли» жить в условиях инфляции, и профсоюзы борются за повышение ДЕНЕЖНОЙ ЗАРПЛАТЫ с учётом инфляционных ОЖИДАНИЙ.

См. также АДАПТИВНЫЕ ОЖИДАНИЯ, ИНФЛЯЦИОННАЯ СПИРАЛЬ.

ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА (monetary policy) — см. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

ДЕНЕЖНАЯ СИСТЕМА (monetary system) — совокупность мер и инструментов, употребляемых государством для регулирования ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ в стране. Предложение денег в физической форме (банкноты, монеты и т. д.), установление номинала денежных единиц (фунты, пенсы и т. д.) и совокупный объём предложения денег формируют основные компоненты денежной системы.

Инструменты, которые могут использоваться для контроля над предложением денег, включают в себя ОПЕРАЦИИ НА ОТКРЫТОМ РЫНКЕ, СПЕЦИАЛЬНЫЕ ДЕПОЗИТЫ, ДИРЕКТИВЫ и ПРОЦЕНТНЫЕ СТАВКИ.

Денежная система имеет также внешние компоненты, поскольку страны участвуют в международной торговле и осуществляют международные инвестиции, что предполагает наличие таких механизмов взаимодействия, как ВАЛЮТНЫЙ КУРС, КОНВЕРТИРУЕМОСТЬ и МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ РЕЗЕРВЫ.

См. также КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, МЕЖДУНАРОДНАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА.

ДЕНЕЖНАЯ ЭКОНОМИКА (monetary economy) — экономика, в которой ДЕНЬГИ используются как средство обмена и средство сбережения. Ср. БАРТЕР.

ДЕНЕЖНОЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЕ (monetary accomodation) — использование ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ для приспособления к внезапным изменениям предложения в экономике. Примером может служить увеличение номинального предложения денег для компенсации дефляционного импульса, вызванного резким увеличением цен на нефть, или других затрат. При отсутствии денежного приспособления инфляция затрат, связанная с повышением цен на нефть, сократит реальное предложение денег, подняв ставки процента, и приведет к СПАДУ СОВОКУПНОГО СПРОСА. Для устранения этих тенденций к спаду государству необходимо ускорить рост денежной массы, чтобы возместить потерю покупательной способности в экономике.

ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК (cash flow) — деньги, поступающие в компанию от продаж и из других источников и затрачиваемые компанией на платежи поставщикам, рабочим и т. д.

ДЕНЕЖНЫЙ РЫНОК (money market) — РЫНОК, на котором происходит краткосрочное кредитование и заимствование ДЕНЕГ, соединяющее воедино финансовые институты (КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ, УЧЁТНЫЕ ДОМА и т. д.), компании и государство. Например: компания, располагающая избыточными краткосрочными средствами, может поместить эти средства в коммерческий банк, который, в свою очередь, помещает их на счёт «до востребования» в учётный дом. Последний использует эти деньги для покупки КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ, выпускаемых государством.

См. УЧЁТНЫЙ РЫНОК, ПЕРЕВОДНОЙ ВЕКСЕЛЬ, ДЕПОЗИТНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ.

ДЕНЬГИ (money) — АКТИВ, который повсеместно принимается как средство обмена. Отдельные товары и услуги и другие физические активы оцениваются в денежном выражении и обмениваются с использованием денег как всеобщего эквивалента, тогда как при БАРТЕРЕ одно БЛАГО обменивается непосредственно на другое. Использование денег в качестве средства платежа позволяет экономике производить больший объём выпуска, так как даёт возможность СПЕЦИАЛИЗАЦИИ в производстве и сокращает время, затрачиваемое продавцами и покупателями на организацию сделок. Другие важные функции денег — использование их как средства сбережения или сохранения покупательной способности (деньги могут сберегаться в течение некоторого периода времени и употребляться для финансирования будущих платежей), меры отсроченных платежей (деньги используются как общепринятый измеритель будущих поступлений и платежей по контрактам) и как счётной единицы статистики (для измерения и регистрации ценности товаров и услуг, например ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА, за некоторый временной период).

См. ЗАКОННОЕ ПЛАТЁЖНОЕ СРЕДСТВО.

ДЕПАРТАМЕНТ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (Department of environment (DOE)) — британский правительственный департамент, ведающий наблюдением и контролем за состоянием окружающей среды, а также руководящий местными подразделениями.

ДЕПАРТАМЕНТ ПО ВОПРОСАМ ЗАНЯТОСТИ (Department of employment (DE)) — британский правительственный департамент, отвечающий за осуществление государственной политики занятости и соблюдение ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА. Департамент по вопросам занятости способствует эффективному использованию трудовых ресурсов, помогая незанятым рабочим через свои местные бюро занятости найти работу, а также организуя курсы повышения квалификации.

ДЕПАРТАМЕНТ ПО ДЕЛАМ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ (Department of health) — британский правительственный департамент, осуществляющий руководство Национальной службой здравоохранения.

ДЕПАРТАМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ (Department of social security (DSS)) — британский правительственный департамент, осуществляющий руководство государственными программами социального страхования. Департамент социального обеспечения выплачивает ПОСОБИЯ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ (государственные пенсии, пособия по безработице и болезни) и собирает ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ, с помощью которых финансируются эти выплаты и услуги.

ДЕПАРТАМЕНТ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ (Department of trade and industry (DTI)) — британский правительственный орган, отвечающий прежде всего за осуществление государственной политики в сфере торговли и промышленности. Особое внимание департамент уделяет повышению эффективности, реализуя разного рода программы в рамках ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ, включающие в себя поддержку новых предприятий, консультационные услуги для малых фирм, исследования, разработки и передачу технологий. В прошлом правительство настаивало на участии департамента в решении проблем пришедших в упадок отраслей и в поддержке убыточных фирм, но в настоящее время упор делается на повышение самостоятельности предприятий и сведение к минимуму прямого государственного вмешательства.

Департамент торговли и промышленности отвечает за осуществление РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ, рассматривая заявки фирм, вкладывающих деньги в «районы развития» и зоны предпринимательства, на избирательную поддержку регионов. Департамент тесно сотрудничает с УПРАВЛЕНИЕМ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ в области политики в отношении КОНКУРЕНЦИИ в целом и в расследовании фактов слияний и поглощений в частности. Департамент регулирует образование компаний и их деятельность с помощью РЕГИСТРАТОРА КОМПАНИЙ, а также выдаёт лицензии депозитным учреждениям и дилерам по ценным бумагам (см. ЗАКОН О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ, 1986). Наконец, департамент играет важную роль во внешнеторговых делах Великобритании, представляя интересы страны на международном (ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ) и региональном (ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО) уровнях. Департамент оказывает важное содействие экспортерам через Центр информации об экспортных рынках, Британский совет заморской

торговли и другие вспомогательные органы, в том числе отдел ЭКСПОРТНЫХ КРЕДИТНЫХ ГАРАНТИЙ.

ДЕПОЗИТНЫЙ СЕРТИФИКАТ (certificate of deposit) — ЦЕННАЯ БУМАГА, выпускаемая БАНКАМИ, СТРОИТЕЛЬНЫМИ ОБЩЕСТВАМИ и другими финансовыми институтами как средство заимствования денег на срок от одного месяца до пяти лет. Депозитные сертификаты могут перепродаваться на ДЕНЕЖНОМ РЫНКЕ и выкупаться в день погашения по цене, включающей номинальную стоимость и начисленные проценты.

ДЕПОЗИТНЫЙ СЧЁТ, или СРОЧНЫЙ СЧЁТ, или СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ СЧЁТ (deposit account or time account or savings account) — счёт индивида или компании в КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ, на который клиент банка может делать взносы наличными деньгами или чеками и с которого он может снимать деньги, предварительно уведомляя об этом банк. Депозитные счета (в отличие от ТЕКУЩИХ СЧЕТОВ, использующихся для финансирования ежедневных сделок) служат, главным образом, для хранения личных и корпоративных СБЕРЕЖЕНИЙ и употребляются для финансирования нерегулярных единовременных платежей. На депозитные счета начисляется ПРОЦЕНТ, ставка которого, как правило, выше, чем по текущим счетам, чтобы побудить клиентов держать свои средства в банке в течение более длительного времени. На депозитные счета в отличие от текущих счетов чеки обычно не выписываются.

См. БАНКОВСКИЙ ВКЛАД.

ДЕПРЕССИЯ (depression) — фаза ДЕЛОВОГО ЦИКЛА, характеризующаяся значительным понижением (*спадом*) уровня экономической активности (ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ). Очень низкий уровень реального выпуска и ИНВЕСТИЦИЙ сочетается с высоким уровнем БЕЗРАБОТИЦЫ. Основной причиной депрессии является падение СОВОКУПНОГО СПРОСА, но её можно преодолеть, если правительство предпримет экспансионистские меры ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ.

См. ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

ДЕРЕГУЛИРОВАНИЕ (deregulation) — снятие с экономической деятельности контроля, введенного государством или другим регулирующим органом (например, отраслевой ассоциацией предпринимателей). Дерегулирование предпринимается либо потому, что контроль перестает быть необходимым (например, прекращение КОНТРОЛЯ НАД ЦЕНАМИ, направленного на борьбу с инфляцией), либо потому, что он носит слишком ограничительный характер, мешая компаниям воспользоваться существующими деловыми возможностями (так, например, отмена в

1979 г. в Великобритании большинства видов ВАЛЮТНОГО КОНТРОЛЯ была нацелена на облегчение физических и финансовых инвестиций за границей).

Дерегулирование приобрело особую важность в контексте последних инициатив британского правительства по усилению конкуренции. Примером может служить разрешение частным компаниям конкурировать в тех областях, которые прежде были закреплены за представителями центрального правительства или местных властей (таких как местные автобусные перевозки и землемерные услуги). См. КОНКУРЕНТНЫЕ ТОРГИ.

С другой стороны, не исключено, что правительственные инициативы могут даже усилить регулирование. Так, например, ПРИВАТИЗАЦИЯ национализированных отраслей в некоторых случаях вела к еще большему регулированию их деятельности в результате создания регулирующих агентств (таких как «Офгаз» в газовой промышленности и «Офтел» в сфере телекоммуникаций) для защиты интересов потребителей.

ДЕФИЦИТ — см. ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС.

ДЕФЛЯТОР ВВП (GNP deflator) — ИНДЕКС ЦЕН, используемый для корректировки денежного ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА (ВВП) с целью получения реального ВВП (см. РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ). Реальный ВВП важен, поскольку он отражает физический выпуск товаров и услуг, а не сумму их денежных выражений. Иногда создаётся впечатление, что производство товаров и услуг в экономике увеличилось (ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ), поскольку вырос денежный ВВП, но это может быть следствием повышения цен (ИНФЛЯЦИЯ), за которым не стоит увеличение физического объёма производства. Дефлятор ВВП разработан для устранения влияния изменений цен и учёта только реальных изменений.

ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ (deflationary gap or output gap) — недостаток совокупных расходов (СОВОКУПНОГО СПРОСА) при уровне национального дохода, соответствующем ПОЛНОЙ ЗАНЯТОСТИ (ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВВП). Вследствие недостаточности расходов некоторые ресурсы экономики недоиспользуются, и потому ФАКТИЧЕСКИЙ ВВП оказывается ниже ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ВВП. Для преодоления недостатка расходов государство может использовать ФИСКАЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНУЮ ПОЛИТИКУ, чтобы увеличить совокупный спрос (рис. 29).

ДЕФЛЯЦИЯ (deflation) — понижение уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и выпуска, сопровождаемое обычно падением общего уровня цен (ДЕЗИНФЛЯЦИЯ).

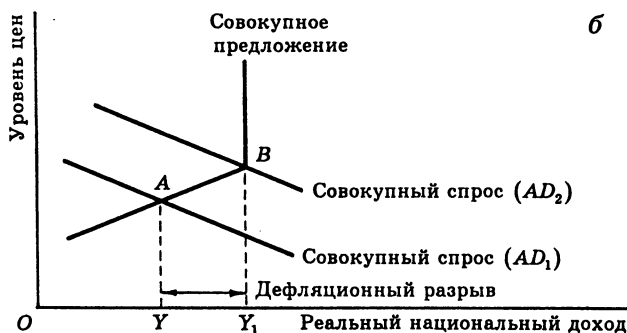
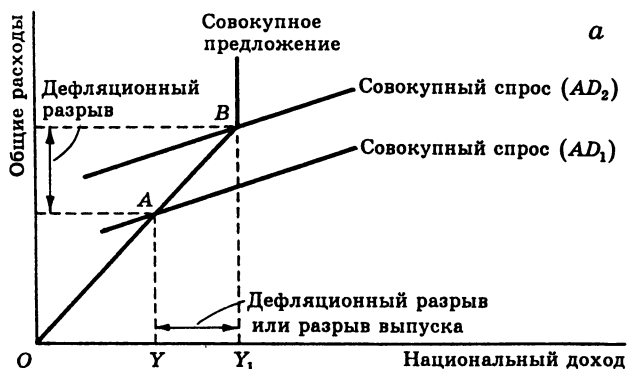


Рис. 29. Дефляционный разрыв. а. ГРАФИК СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ построен в виде линии, выходящей из начала координат под углом 45° , так как предприниматели производят любой объем выпуска, рассчитывая, что величина общих расходов (совокупный спрос) будет достаточной, чтобы они смогли продать весь этот выпуск. Однако когда экономика достигает уровня национального дохода, соответствующего полной занятости (OY_1), тогда фактический выпуск не может больше увеличиваться, и при этом уровне выпуска график совокупного предложения становится вертикальным. **б.** Совокупное предложение в пространстве двух признаков: различных уровней реального национального дохода и соответствующих им уровней цен. Когда экономика достигает уровня реального дохода, обеспечивающего полную занятость, кривая графика совокупного предложения становится вертикальной.

В обоих случаях **а** и **б**, если совокупный спрос невелик (AD_1), объем фактического выпуска (OY) будет определяться пересечением AD_1 и кривой совокупного предложения в точке A . Данный объем выпуска (OY) меньше потенциального (OY_1).

Власти зачастую сознательно вызывают дефляцию с тем, чтобы сократить инфляцию и улучшить ПЛАТЁЖНЫЙ БАЛАНС путём снижения спроса на импорт. Дефляционная политика использует налогово-бюджетные меры (например, повышение налогов) и кредитно-денежные меры (например, повышение процентных ставок).

См. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ (decentralization) — рассредоточение процесса принятия экономических решений по многим субъектам вместо концентрации этого процесса в некотором центре. В экономике достигается путём принятия ЦЕНОВОЙ СИСТЕМЫ, передающей выбор решений на усмотрение отдельных потребителей и производителей. В рамках фирмы децентрализация состоит в передаче властных полномочий по принятию решений «вниз по цепочке» отдельным подразделениям и службам.

См. ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, МУЛЬТИДИВИЗИОННАЯ ФОРМА.

ДЖЕВОНС, УИЛЬЯМ СТЕНЛИ (1835–1882) (Jevons, William Stanley (1835–1882)) — английский экономист, развивший теорию ПОЛЕЗНОСТИ в своей книге «Теория политической экономии» (1871). Джевонс отрицал идею, что ценность блага зависит от труда, необходимого для его производства, и доказывал, что ценность зависит от субъективной оценки покупателем полезности данного блага. Джевонс утверждал, что блага оцениваются только в соответствии с доставляемой ими полезностью и что труд и другие факторы производства обретают ценность лишь тогда, когда они участвуют в производстве этих благ. Он показал, что потребитель склонен увеличивать количество покупаемых благ до тех пор, пока ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ последней единицы некоторого блага не станет равной предельной полезности последней единицы любого другого блага.

Джевонс также интересовался проблемами объединения статистики и теоретического анализа в экономической науке. Он изучал статистические данные о британской промышленности за длительный период с целью установления причины ДЕЛОВЫХ ЦИКЛОВ.

ДЖОББЕР (jobber) — делец, выступающий в качестве принципала (доверителя) при купле-продаже ЦЕННЫХ БУМАГ, таких как АКЦИИ и ОБЛИГАЦИИ, таким образом создавая рынок данных ценных бумаг.

См. СОЗДАТЕЛЬ РЫНКА, ФОНДОВАЯ БИРЖА.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, или **ОБРАЗОВАНИЕ КОНГЛОМЕРАТА** (diversification or conglomerate integration) — процесс расши-

рения фирмы, выражающийся в увеличении ассортимента продукции и числа обслуживаемых рынков. Выпускаемые продукты могут быть связаны между собой на основе общих исследований, производства или маркетинга (например, два продукта с общей технологической базой: стальные бритвенные лезвия и лопаты, продаваемые через одни и те же торговые точки — универмаги) либо никак не связаны (например, сигареты и банковские услуги).

С точки зрения фирмы диверсификация имеет следующие основные привлекательные стороны:

(а) возможность распределить риск, предлагая несколько продуктов на различных рынках, так что низкий объём продаж или убытки на одном рынке могут компенсироваться высоким объёмом продаж и прибылями на других рынках и состояние дел фирмы в целом оказывается удовлетворительным; напротив, однопродуктовая фирма крайне уязвима по отношению к циклическим колебаниям объёма продаж в ходе делового цикла;

(б) возможность (в долгосрочной перспективе) переориентации деятельности со «зрелых» и приходящих в упадок рынков на новые, с большим потенциалом роста и высокой прибылью. Однопродуктовая фирма особенно уязвима в отношении устаревания продукта и рынка в мире все усложняющейся техники, которое происходит по мере изобретения новых продуктов и появления новых запросов у потребителей (см. МАТРИЦА «ПРОДУКТ — РЫНОК», БОСТОНСКАЯ МАТРИЦА).

Диверсификация тесно связана с расширением крупных олигополистических фирм (см. ОЛИГОПОЛИЯ), руководимых профессиональными управляющими, а не акционерами (см. ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ) и преследующих цели роста и максимизации долгосрочной прибыли, а не максимизации статической (краткосрочной) прибыли, как это принято считать в традиционной ТЕОРИИ ФИРМЫ (см. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ).

Растущая важность крупных диверсифицированных фирм ставит фундаментальные вопросы по поводу распределения ресурсов. Решения о РАЗМЕЩЕНИИ РЕСУРСОВ все менее определяются действием конкуренции на рынке и все более зависят от планирования деятельности внутри фирм. Конкуренция на рынке инвестиционных ресурсов вытесняется конкуренцией за ресурсы между подразделениями одной компании, где финансовые фонды образуются из нераспределённой прибыли, а штаб-квартира выступает в роли внутреннего рынка капитала, направляя ресурсы от участков с низкой прибылью к участкам

с высокой. В процессе распределения ресурсов главными арбитрами становятся управляющие, а не рынки. Это применимо и к диверсифицированной фирме, владеющей небольшой долей на каждом из своих многочисленных рынков, рыночная сила которой не может быть измерена обычным способом.

Влияние диверсификации на размещение ресурсов неоднозначно. Диверсификация, с одной стороны, может повысить эффективность и усилить конкуренцию, улучшая, таким образом, размещение ресурсов; с другой стороны, ограничивая конкуренцию, она может привести к менее эффективному размещению ресурсов.

Диверсификация может иметь *синергический эффект* (т. е. эффект, при котором $2 + 2 = \text{больше, чем } 4$). Синергия обусловлена объединением взаимодополняемых видов деятельности или управленческих возможностей. Так, в случае диверсификации в результате слияния одна фирма может иметь сильную производственную организацию, а другая преуспевает в маркетинге, — объединение делает обе фирмы более эффективными. Аналогично интенсивный обмен управленческим опытом может позволить снизить производственные затраты и повысить качество продукции комбинированной фирмы.

Диверсификация может усилить степень конкуренции путём облегчения доступа в отрасли с входными барьерами, слишком высокими для небольших специализированных фирм, не имеющих финансовых ресурсов конгломерата, т. е. альтернативных источников прибыли, позволяющих пережить период закрепления на новом рынке, сопряженный с убытками.

Но диверсификация может оказать на конкуренцию и неблагоприятное влияние. Так, диверсифицированные фирмы в состоянии покрыть временные убытки на одном рынке из прибылей, полученных на других рынках. Это позволяет диверсифицированной фирме осуществлять на данном рынке «хищническое» ценообразование с целью вытеснения конкурентов, чтобы затем, в длительном периоде, повысить цены до монопольного уровня. Та же финансовая устойчивость и возможности перекрестного субсидирования диверсифицированной фирмы могут использоваться, чтобы выдержать краткосрочные расходы на недопущение новых фирм на какой-либо из её рынков, тем самым вызывая повышение барьеров входа.

Когда на нескольких рынках диверсифицированные фирмы сталкиваются друг с другом, они подчас не склонны к конкуренции, избегая конкурентных действий на тех рынках, где они сильны, из опасения, что их диверсифицированные соперники оплатят им тем же на рынках, где они слабы. Фирмы

могут образовывать здесь «сферы влияния», следуя политике «живи и дай жить другим», господствуя на одних рынках и признавая господство соперников на других. Такое поведение оборачивается ограничением конкуренции, ростом цен и ущербом для потребителей.

Взаимозависимость диверсифицированных фирм как покупателей и продавцов также может нарушить конкуренцию. Если фирма А — крупный поставщик фирмы В по одному продукту и в то же время — крупный потребитель фирмы В — по другому, они могут установить между собой такие отношения, при которых в выборе поставщика предпочтение отдаётся «хорошим» потребителям. Эта практика позволяет диверсифицированным фирмам увеличивать свою долю на рынке и создавать препятствия для входа.

Таким образом, диверсификация может одновременно привести и к благотворным, и к пагубным последствиям. В рамках британской политики в отношении конкуренции, если предполагается слияние (поглощение) двух фирм, производящих продукты, не связанные между собой, с общей суммой активов, превышающей 30 млн ф. ст., то к рассмотрению данного случая на предмет нарушения общественных интересов может привлекаться комиссия по монополиям и слияниям.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА.

ДИВИДЕНД (dividend) — плата АКЦИОНЕРУ со стороны АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ за предоставленный им АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ. Дивиденды выплачиваются из прибыли компании.

ДИВИДЕНД В ВИДЕ АКЦИЙ (stock dividend) — дивиденд, выплачиваемый АКЦИОНЕРУ в форме дополнительных АКЦИЙ 1 или АКЦИЙ 2 компании, а не наличными деньгами.

См. также ДРОБЛЕНИЕ АКЦИЙ.

ДИВИДЕНДНЫЙ ДОХОД (dividend yield) — дивиденды, выплаченные АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ за данный операционный период (обычно один год), отнесённые к текущей рыночной цене акций этой компании. Так, если компания Х объявила о выплате дивиденда в размере 50 пенсов на ОБЫКНОВЕННУЮ АКЦИЮ за двенадцатимесячный операционный период, заканчивающийся 31 декабря, а текущая рыночная цена одной обыкновенной акции компании Х составила 10 ф. ст., то дивидендный доход будет равен:

$$\frac{\text{Дивиденд на акцию}}{\text{Цена акции}} = \frac{50 \text{ пенсов}}{10 \text{ ф. ст.}} = 5\% .$$

ДИЗАЙНЕРСКИЕ ПРАВА (design rights) — собственность частных или юридических лиц на оригинальный дизайн формы или конфигурацию промышленных продуктов. В Великобритании АКТ 1988 Г. ОБ АВТОРСКОМ ПРАВЕ, ДИЗАЙНЕ И ПАТЕНТАХ защищает авторов промышленного дизайна от неразрешенного копирования в течение десяти лет с момента появления продукта на рынке.

ДИНАМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ (dynamic analysis) — метод экономического анализа, с помощью которого прослеживается траектория перехода от одного состояния РАВНОВЕСИЯ к другому. Пример последствия изменения спроса на экспорт для равновесного уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА приведен на рис. 30.

См. АНАЛИЗ РАВНОВЕСИЯ В СРАВНИТЕЛЬНОЙ СТАТИКЕ, НЕРАВНОВЕСИЕ.

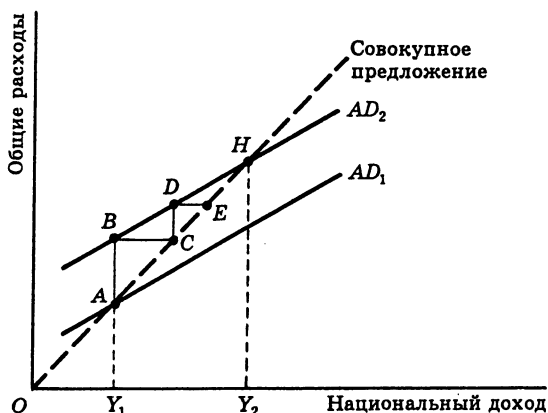


Рис. 30. Динамический анализ. Превышение спроса на экспорт увеличивает совокупный спрос с AD_1 до AD_2 и приводит к повышению равновесного уровня национального дохода с Y_1 до Y_2 . Движение от Y_1 к Y_2 включает в себя ряд шагов. Первоначальное увеличение экспорта повышает совокупный спрос с A до B и вызывает увеличение реального выпуска с B до C . Этот прирост выпуска создает через ЭФФЕКТ МУЛЬТИПЛИКАТОРА дополнительный доход и расширяет совокупный спрос еще более, с C до D . Рост расходов, в свою очередь, ведет к увеличению реального выпуска с D до E . Это движение продолжается до тех пор, пока не устанавливается новое равновесное состояние в точке H .

ДИРЕКТИВА (ПО ОТНОШЕНИЮ К БАНКАМ) (directive (bank)) — один из инструментов КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ, включающий в себя контроль над кредитными операциями банков с целью регулирования ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ. Если, например, регулирующие власти пожелают сократить предложение денег, они могут дать банкам директиву снизить общий объём займов, выдаваемых фирмам и физическим лицам. Можно ожидать, что уменьшение суммы банковских кредитов приведет к многократному сокращению банковских вкладов и, следовательно, к падению предложения денег.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ.

ДИСКОНТ (discount) 1 — скидка с объявленной ПРЕЙСКУРАНТНОЙ ЦЕНЫ товара или услуги, делаемая производителем для потребителя. Скидка может быть предложена при незамедлительной оплате наличными (*наличная скидка*) либо при оптовой закупке (*торговая скидка*). Торговые скидки предоставляются для того, чтобы позволить производителю достигнуть больших объёмов продаж и, следовательно, ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, или используются как уловка, чтобы заручиться «верностью» клиента, или предоставляются под нажимом крупного и влиятельного покупателя.

См. СКИДКА ПО СОВОКУПНОМУ ОБЪЁМУ, ОПТОВАЯ ЗАКУПКА.

2. Покупка ПЕРЕВОДНЫХ ВЕКСЕЛЕЙ, КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ или ОБЛИГАЦИЙ по цене ниже номинальной. Векселя и облигации погашаются в определённый момент в будущем по своей номинальной стоимости. Покупатель, который приобретает вексель или облигацию в момент выпуска, платит за них меньше номинальной, или лицевой, стоимости (с дисконтом). Разница (дисконт) между ценой, по которой он покупает вексель или облигацию, и их номинальной стоимостью представляет собой процент по займу, предоставленному под обеспечение векселем или облигацией. Если владелец векселя или облигации захочет затем продать их до истечения срока их действия (редисконтировать, переучесть их), он сможет получить за них сумму, меньшую, чем номинальная стоимость, хотя и большую, чем та, что была за них заплачена. Разница между исходной ценой, заплаченной им, и полученной суммой зависит, главным образом, от того, сколько времени осталось до истечения срока действия данной ценной бумаги. Например, если облигация с номинальной стоимостью 1000 ф. ст. и сроком действия 1 год была приобретена за 900 ф. ст., то дисконт по стоимости погашения соответствует процентной ставке $100 \text{ ф. ст.} / 900 \text{ ф. ст.} = 11.1\%$ по займу.

ДИСКОНТИРОВАННЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК (discounted cash flow) — денежные потоки, связанные с экономическими проектами и скорректированные с учётом распределения этих потоков во времени и потенциального процента на вложенные средства. Учет временного аспекта очень важен, ибо в большинстве инвестиционных проектов (см. ИНВЕСТИЦИИ) основные затраты, или денежные оттоки, осуществляются в первые годы, тогда как доходы от них, или денежные притоки, распределяются на много лет вперед.

Например, при ставке 10% компания может вложить сейчас 100 ф. ст., которые (если процент сложный) превратятся в конце первого года в 110 ф. ст., а в конце второго года в 121 ф. ст. Таким образом, 100 ф. ст., принадлежащих компании сейчас, стоят столько же, сколько 110 ф. ст. через год или 121 ф. ст. через два года. Либо наоборот, 110 ф. ст., которые будут получены компанией через год, или 121 ф. ст. — через два года, имеют сегодняшнюю ценность 100 ф. ст. Следуя данному принципу, можно рассчитать сегодняшнюю ценность ожидаемого в будущем оттока денег, связанного с каким-либо инвестиционным проектом, и сегодняшнюю ценность ожидаемых в будущем поступлений денег от этого проекта и сравнить обе эти величины. Если сегодняшняя ценность денежных поступлений от проекта превышает сегодняшнюю ценность расходов, когда оба потока дисконтированы при, скажем, 10%, то *чистая* сегодняшняя ценность положительна. Это означает, что компании стоит, используя свои собственные деньги или заняв их под 10%, предпринять данный проект, ибо отдача по нему превышает затраты на его финансирование.

С другой стороны, можно рассчитать внутреннюю норму доходности, при которой сегодняшняя ценность расходов, связанных с инвестиционным проектом, равна сегодняшней ценности потока расходов на реализацию проекта, и, следовательно, *чистая* сегодняшняя ценность равна нулю. Если рассчитанная таким образом внутренняя норма доходности (скажем, 15%) больше коэффициента дисконтирования (скажем, 12%), то проект заслуживает внимания, в противном случае — нет.

См. УПРАВЛЕНИЕ КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЯМИ.

ДИСКРИМИНАЦИОННЫЙ ТАРИФ (discriminating tariff) — ТАРИФ, при котором на импортируемый продукт назначаются разные ставки в зависимости от страны происхождения этого продукта (см. ИМПОРТ). Дискриминационные тарифы нарушают структуру международной торговли и поэтому повсеместно запрещены ГЕНЕРАЛЬНЫМ СОГЛАШЕНИЕМ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ (ГАТТ),

кроме тех случаев, когда они применяются внутри ТАМОЖЕН-
НОГО СОЮЗА.

ДИСКРИМИНИРУЮЩИЙ МОНОПОЛИСТ (discriminating monopolist) — монополия, увеличивающая прибыль путём сегментации своего рынка и назначения различных (дискриминационных) цен. Чтобы ценовая дискриминация была успешной, необходимо соблюдение ряда условий. Прежде всего сегменты рынка должны быть каким-либо образом отделены друг от друга, чтобы покупатели не могли перепродавать продукт с одного сегмента на другом сегменте, где цена выше. Кроме того, ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ на каждом рынке должна быть различна. См. рис. 31. В принципе, если бы монополия могла назначить для каждой единицы продукта максимальную цену, которую потребитель готов заплатить, она смогла бы присвоить себе весь ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ в виде выручки от реализации.

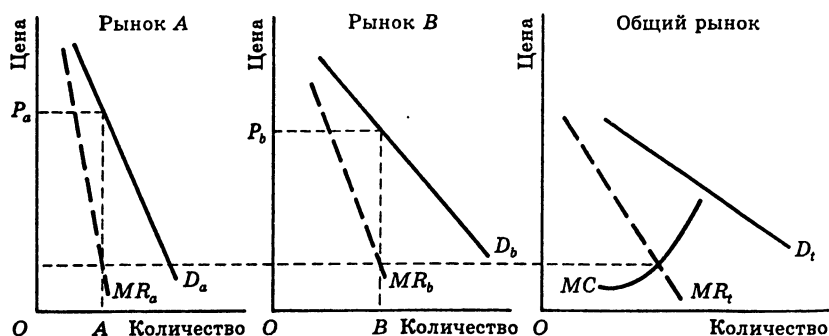


Рис. 31. Дискриминирующий монополист. Модель ценовой дискриминации с двумя рынками. Кривая спроса на продукцию монополии на рынке А (D_A) менее эластична, чем кривая спроса на рынке В (D_B). Горизонтальное сложение D_A и D_B дает D_t , а горизонтальное сложение кривых ПРЕДЕЛЬНОЙ ВЫРУЧКИ MR_A и MR_B дает MR_t . MC — кривая ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ монополии. Уровень выпуска, при котором максимизируется прибыль (см. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ) монополиста, определяется пересечением кривой MC и агрегированной кривой MR_t . Пунктирная горизонтальная линия соединяет графики на том уровне, где MR монополии на рынке А равен MR на рынке В и агрегированный MR_t равен MC общего выпуска. Отсюда следует, что уровень выпуска, при котором максимизируется прибыль на рынке А, равна OA , а на рынке В — OB . При данных объемах выпуска дискриминирующий монополист назначает на рынке А цену OP_A , а на рынке В — более низкую цену OP_B .

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ (wage differential) — установление различных СТАВОК ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ разным группам рабочих. Дифференциация заработной платы возникает благодаря трем основным факторам: (а) различиям в профессиональной квалификации, образовании и ответственности (хирурги оплачиваются более высоко, чем медсестры, управляющие — более высоко, чем рабочие); (б) различиям темпов роста и уровней ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ разных отраслей (в быстрорастущих, высокопроизводительных отраслях рабочие получают большие заработки, чем в убыточных, низкопроизводительных отраслях); (с) различиям между регионами в доходе на душу населения и местных уровнях занятости (в процветающих регионах платят, как правило, больше, чем в регионах, переживающих кризис).

Дифференциация заработной платы играет важную роль в более эффективном использовании трудовых ресурсов, поскольку она стимулирует большую профессиональную и отраслевую МОБИЛЬНОСТЬ труда и способствует повышению производительности. С другой стороны, некоторые типы дифференциации заработной платы усиливают экономическую неэффективность и социальную несправедливость, например те, которые являются следствием расовой или половой дискриминации, а также эксплуатации рабочих властью имущими работодателями («потогонный» труд). Кроме того, неоправданная дифференциация заработной платы может возникнуть из-за злоупотребления монопольной властью со стороны профсоюзов, что также препятствует эффективному использованию трудовых ресурсов.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА (product differentiation) — элемент РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ, обозначающий способы, с помощью которых производители пытаются выделить свой продукт из общей массы аналогичных продуктов. Дифференциация продукта — один из способов неценовой конкуренции (см. КОНКУРЕНЦИЯ). Со «стороны предложения» продукты могут быть дифференцированы согласно их отличиям в качестве, оформлении, изобретениях или нововведениях, дизайне, стиле и упаковке. Со «стороны спроса» различия между продуктами могут быть подчеркнуты с помощью РЕКЛАМЫ, акцентирующей внимание потребителей на качественных отличиях товаров: «лучше, чем», «чище и белее, чем» и т. д. Чем более несведущи покупатели в относительных преимуществах и недостатках конкурирующих торговых марок, тем легче их будет убедить с помощью рекламы приобрести ту или иную марку.

Дифференциация продукта проводится с целью сохранения спроса на продукты фирмы и с помощью ПРИВЕРЖЕННОСТИ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) ТОРГОВОЙ МАРКЕ для увеличения объёма продаж или по крайней мере для поддержания его на постоянном уровне. Значение дифференциации продукта состоит в том, что она расширяет способы действий конкурентов, т. е. фирмы конкурируют друг с другом, улучшая качество изделий, рекламы и т. д., а не только посредством цен.

Дифференциация продукта является важным средством для получения КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ, и в отдельных рыночных структурах, особенно при ОЛИГОПОЛИИ, она обеспечивает более эффективную стратегию конкуренции, чем это позволяет ценовая конкуренция. Преимущества конкуренции посредством дифференциации продукта состоят в том, что если снижение цен, например, может быть быстро и в полной мере повторено конкурентами, то успешную рекламную кампанию или внедрение нового продукта воспроизвести труднее. Более того, в то время как ценовая конкуренция снижает прибыльность фирмы, дифференциация продукта помогает сохранить или даже повысить прибыль фирмы. В частности, если фирма предлагает потребителю уникальный продукт, она может устанавливать цену, превышающую цену конкурентов. В конечном счёте, дифференциация продукта может служить БАРЬЕРОМ ВХОДА на рынок, защищая его, таким образом, от новых конкурентов.

Хотя дифференциация продукта часто упоминается как форма «несовершенства рынка», это не значит, что неоднородность продукта является отрицательным качеством. Истинные различия, в частности, обеспечивают потребителям больший выбор.

См. также МОДЕЛЬ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОДУКТА, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, ОДНОРОДНЫЕ ПРОДУКТЫ, СТРУКТУРА РЫНКА, РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА, ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ, МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ, ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ.

ДЛИННАЯ ПОЗИЦИЯ (long position) — ситуация, при которой дилер или СОЗДАТЕЛЬ РЫНКА, торгующий определённым товаром, ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ или ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТОЙ, продаёт меньше, чем покупает, и его рабочий запас данного объекта торговли возрастает (т. е. становится «длинным»).

Ср. КОРОТКАЯ ПОЗИЦИЯ.

ДЛИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД (long run) — в ТЕОРИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ абстрактный период времени, достаточно продолжительный для того, чтобы изменилось использование всех ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, но в пределах существующей технологической базы

(известных методов производства). Таким образом, размер предприятия, фиксированный в коротком периоде, в длительном периоде может изменяться, позволяя увеличить масштабы производства.

В СВЕРХДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ технологическая база производства изменяется в результате появления новых ИЗОБРЕТЕНИЙ и знаний. Ср. КОРОТКИЙ ПЕРИОД.

См. также ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА, ОТДАЧА ОТ МАСШТАБА.

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ (value added) — разность между ценностью *продукции* фирмы или отрасли (т. е. общей выручкой, полученной от продажи этой продукции) и стоимостью *затрат* сырья, комплектующих изделий и услуг, покупаемых для обеспечения выпуска этой продукции. «Добавленная стоимость» — это ценность, которую фирма добавляет к купленным материалам и услугам в процессе производства и реализации продукции.

См. НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ.

ДОБРОВОЛЬНАЯ БЕЗРАБОТИЦА (voluntary unemployment) — БЕЗРАБОТИЦА, которая существует из-за отказа рабочих идти на оплачиваемую работу по причине слишком низких, по их мнению, СТАВОК ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ за такую работу, особенно по сравнению с пособиями по безработице и другими пособиями по социальному обеспечению, которые получают эти рабочие. Ср. ВЫНУЖДЕННАЯ БЕЗРАБОТИЦА.

См. ЛОВУШКА БЕДНОСТИ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ДОБРОВОЛЬНАЯ ГРУППА (voluntary group) — предприятие, действующее как ОПТОВИК по отношению к группе малых РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЦЕВ, которые делают определённое количество заказов добровольной группе, получая взамен скидки на покупаемые товары, а также различные вспомогательные услуги (продвижение на рынке и т. д.). Добровольные группы типа SPAR в торговле бакалейными товарами и Unichem в торговле лекарствами способны использовать свои возможности в сфере ОПТОВЫХ ЗАКУПОК для получения скидок от производителей, часть которых распределяется среди членов этих групп.

См. КАНАЛ СБЫТА.

ДОВЕРЕННОСТЬ (проху) — документ, предоставляющий полномочия частному лицу или фирме действовать в интересах другого лица или фирмы. Например, АКЦИОНЕР, не имеющий возможности лично присутствовать на ГОДОВОМ ОБЩЕМ СОБРАНИИ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ и голосовать по вопросам, включенным в повестку дня, может дать письменное разрешение кому-

либо присутствовать на собрании и голосовать вместо него. Доверенность акционера часто даётся совету директоров с тем, чтобы они распоряжались голосом акционера, как того требуют обстоятельства. Это называется «правом голоса по доверенности».

ДОГОВОР ОБ АРЕНДЕ (lease) — официальный контракт, по которому собственник АКТИВА (например, зданий и оборудования) предоставляет кому-либо право на использование этого актива в течение определённого периода времени в обмен на периодический взнос арендной платы.

См. ЛИЗИНГ, ОБРАТНЫЙ ЛИЗИНГ.

ДОКУМЕНТ О ПЕРЕДАЧЕ ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ (conveyance) — документ, согласно которому право собственности на землю и здания одного физического или юридического лица передаётся другому.

См. ЗАКЛАДНАЯ.

ДОЛГ (debt) — сумма денег, взятая займы индивидом, фирмой или государством (заёмщиком) у кредитора. Долги возникают, когда некий хозяйствующий субъект тратит больше, чем получает в виде текущего дохода, или когда он сознательно собирается занять деньги на покупку определённых товаров, услуг или АКТИВОВ (домов, ценных бумаг и т. п.). Долговые контракты предусматривают возвращение всей занятой суммы и выплату ПРОЦЕНТОВ в течение срока займа. Долги физических лиц могут включать ЗАКЛАДНЫЕ, КРЕДИТ В РАССРОЧКУ, БАНКОВСКИЕ ССУДЫ и ОВЕРДРАФТЫ; долги фирмы — ЗАКЛАДНЫЕ ССУДЫ с фиксированным процентом, ЗАЙМЫ, ПЕРЕВОДНЫЕ ВЕКСЕЛЯ, а также банковские ссуды и овердрафты; государственный долг может принимать форму долгосрочных ОБЛИГАЦИЙ и краткосрочных КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ (см. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ).

См. также МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДОЛГ.

ДОЛГ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА (public debt) — ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ и прочие долги, за которые несет ответственность государство. Такой долг включает, например, накопленные долги национализированных отраслей и местных органов власти.

ДОЛГОВРЕМЕННАЯ СТАГНАЦИЯ (secular stagnation) — ситуация, при которой экономика в течение длительных периодов времени остаётся в фазе ДЕПРЕССИИ ДЕЛОВОГО ЦИКЛА с низким уровнем совокупного спроса относительно её производственного потенциала. Долговременная стагнация может быть результатом сочетания следующих факторов: низкого уровня расхо-

дов домашних хозяйств на потребление (высокого уровня сбережений); высокого фиксированного валютного курса, который ограничивает экспорт и приводит к увеличению ПРОНИКНОВЕНИЯ ИМПОРТА; уменьшения инвестиций в экономике, отражающего пессимизм предпринимателей.

Как правило, государство стремится противостоять тенденции к долговременной стагнации с помощью стимулирующей политики УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ. Она может включать снижение налогов, увеличение государственных расходов и уменьшение процентных ставок в целях стимулирования расходов на потребление и инвестиции, кроме того, возможно, ДЕВАЛЬВАЦИЮ валютного курса в целях повышения спроса на экспорт и ограничения импорта.

См. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ДОЛГОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ (secular trend) — изменение значения экономической переменной в течение длительного периода времени либо в сторону увеличения, либо в сторону уменьшения. Так, из приведенных ниже данных видно, что ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ (ВВП) Великобритании постоянно возрастал начиная с 1982 г. (по: Monthly Digest of Statistics, Central Statistical Office).

	Индексы ВВП (1985 г. = 100)
1982	91.2
1983	94.5
1984	96.5
1985	100.0
1986	103.9
1987	108.9
1988	113.5
1989	116.1
1990	117.2
1991	116.1

Конечно, в некоторые годы прирост ВВП был больше, чем в другие годы, и хотя в 1991 г. имел место случай снижения ВВП, тем не менее прослеживается неуклонное его повышение.

См. также АНАЛИЗ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ, ЦИКЛИЧЕСКИЕ КОЛЕБАНИЯ.

ДОЛГОСРОЧНЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ КАПИТАЛ, или **ЧИСТАЯ ЦЕННОСТЬ** (long-term capital-employed or net worth) — любые

долгосрочные фонды (см. КОНСОЛИДАЦИЯ ДОЛГА), используемые фирмой. Для компаний они приобретают форму ИСПОЛЬЗУЕМОГО АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА и долгосрочных займов, например ЗАКЛАДНОЙ ССУДЫ.

ДОЛЖНИК (дебитор) (debtor) — физическое лицо или предприятие, которое должно деньги индивидам или фирмам за купленные, но еще не оплаченные им товары, услуги или сырьё (торговый кредит) или потому, что оно взяло у них эти деньги взаймы.

См. КРЕДИТОР, ДОЛГ, КРЕДИТНЫЙ КОНТРОЛЬ, ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ, БЕЗНАДЕЖНЫЙ ДОЛГ.

ДОЛЛАР (dollar (\$)) — национальные наличные деньги США. Доллар играет также важную роль на международной арене, в частности он используется в качестве компонента МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ и счётной единицы в международной торговле нефтью.

См. также ЕВРОВАЛЮТНЫЙ РЫНОК.

ДОЛЯ ВАКАНСИЙ — см. УРОВЕНЬ ВАКАНСИЙ.

ДОЛЯ МЕНЬШИНСТВА (minority interest) — часть АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА, выпущенного дочерней компанией, не принадлежащая холдинговой компании. Если холдинговой компании принадлежит более 50% акций дочерней компании, то становится возможным контроль над последней. Однако пока холдинговая компания владеет менее чем 100% акций, интересы держателей остальных акций дочерней компании должны признаваться, в частности должно признаваться их право на участие в прибылях последней.

ДОЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ (savings ratio) — часть НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая сберегается домашними хозяйствами (см. КОЭФФИЦИЕНТ ЛИЧНЫХ СБЕРЕЖЕНИЙ), предприятиями в форме НЕРАСПРЕДЕЛЁННОЙ ПРИБЫЛИ и государством в форме БЮДЖЕТНОГО ИЗЛИШКА.

ДОЛЯ ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ (activity rate or participation rate) — доля РАБОЧЕЙ СИЛЫ данной страны в общей численности её НАСЕЛЕНИЯ. Так, например, в 1991 г. население Великобритании составило 57 млн человек, а её рабочая сила — 28 млн человек, так что доля трудоспособного населения равна 49%. Подобные показатели можно рассчитать и для отдельных групп населения, таких как мужчины, женщины, этнические группы и т. д. Например, в 1991 г. в Великобритании численность женского населения составила 29 млн человек, число работающих женщин — 12 млн человек, так что доля участия женщин — 41%.

На долю трудоспособного населения влияют социальные нормы и государственная политика, определяющая, например, возраст окончания школы и численность той части молодежи, которая продолжает свое образование в специальных и высших учебных заведениях, «официальный» возраст выхода на пенсию и ту часть работающих, которые выходят на пенсию в этом возрасте или позже установленного срока. Возможности неполной занятости и совместительства также могут оказывать влияние, в особенности на долю участия женщин. На долю участия может воздействовать, кроме того, политика НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, коль скоро высокие предельные налоговые ставки удерживают отдельных людей от продажи своей рабочей силы (см. ЛОВУШКА БЕДНОСТИ).

См. РЫНОК ТРУДА, СКРЫТАЯ БЕЗРАБОТИЦА.

ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО (household) — группа лиц, совместно принимающая экономические решения. В экономической системе домашние хозяйства играют двоякую роль. С одной стороны, они выступают на рынке как покупатели, или ПОТРЕБИТЕЛИ, товаров и услуг, производимых фирмами; с другой стороны, они предоставляют ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА фирмам для производства товаров и услуг. Термин «домашнее хозяйство» в первую очередь используется в макроэкономическом анализе (анализе национального дохода), а термин «потребители» — в микроэкономике (в анализе спроса и предложения).

См. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СЕКТОР.

ДОМИНИРУЮЩАЯ ФИРМА (dominant firm) — фирма, которая имеет значительную долю в производстве определённого товара или услуги. Такая фирма существенно влияет на условия предложения данного продукта (см. ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО) и может действовать в своих интересах за счёт интересов потребителей. *Фирма-монополист* — это фирма, полностью контролирующая предложения определённого продукта (см. МОНОПОЛИЯ).

В рамках британской политики в отношении конкуренции доминирующая фирма определяется как фирма, поставляющая 1/4 и более всего объёма определённого товара или услуги.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, КОМИССИЯ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЛЬГОТЫ (fringe benefits) — выгоды, предоставляемые работникам в дополнение к заработной плате: возможность использовать служебный автомобиль, бесплатное питание или талоны на обед, беспроцентные ссуды,

полисы на частное медицинское страхование, оплачиваемые выходные и льготные условия покупки акций своего предприятия. Для высшего управленческого звена такие льготы могут быть довольно значительными по сравнению с зарплатой и жалованьем. Компании предлагают дополнительные льготы, чтобы привлечь новых работников, а также потому, что льготы представляют собой такую форму вознаграждения работников, которая облагается низкими налогами или вообще не облагается в отличие от облагаемого по общей ставке заработка.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ИМПОРТНЫЙ СБОР (import surcharge) — специальный НАЛОГ на ИМПОРТ сверх существующих ставок ИМПОРТНЫХ ПОШЛИН. Дополнительные импортные сборы используются в основном как (временные) средства для устранения дефицита платёжного баланса.

См. ИМПОРТНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ, РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

ДОХОД (income) — деньги, полученные физическими лицами и фирмами в форме ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, ЖАЛОВАНИЯ, ПРОЦЕНТА, ПРИБЫЛИ, а также пособий по безработице, пенсий по старости и т. д. В микроэкономическом анализе термин «доход» применяется исключительно по отношению к потоку поступлений («отдаче») за определённый период времени от ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА (ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ, ТРУДА и КАПИТАЛА) в форме соответственно ренты, заработной платы и процента/прибыли. В макроэкономическом анализе термин «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД» обычно применяется по отношению к совокупному доходу страны от ренты, заработных плат, процента и других платежей, исключая ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ (пособия по безработице, пенсии по старости и т. д.).

В более общем случае, с точки зрения отдельного человека, любые деньги, полученные им, считаются доходом (выручены ли они от продажи факторов производства или получены в форме пенсии по старости, пособия по безработице или другого трансфертного платежа). Любой такой КОНЕЧНЫЙ ДОХОД является важным фактором, определяющим покупательную способность индивида в ТЕОРИИ СПРОСА.

См. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, РАСПОЛАГАЕМЫЙ ДОХОД, ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА, ЛИЧНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА.

ДОХОД НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ (income per head or per capita income) — ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ страны, делённый на численность её населения. Доход на душу населения даёт более общее представление о денежном УРОВНЕ ЖИЗНИ на-

селения страны, чем абсолютный уровень ВВП. Общий ВВП и ВВП на душу населения для отдельных стран (по: World Development Report, World Bank, 1992) приведены ниже:

	ВВП	
	общий (млн долл. США)	на душу населения (долл. США)
<i>Развитые страны</i>		
Великобритания	975 200	16 100
Германия	1 488 200	22 230
Япония	2 942 900	25 430
США	5 392 300	21 790
<i>Развивающиеся страны</i>		
Сомали	890	120
Мозамбик	1 300	80
Непал	2 900	170
Индия	254 500	350

Из таблицы видно, что, хотя США имеют более высокий абсолютный уровень ВВП, чем Япония, доход на душу населения неполно характеризует уровень жизни людей, поскольку в действительности *распределение* дохода неравномерно и неденежные элементы качества жизни различны для разных стран.

См. Личное распределение доходов.

ДОХОДНОСТЬ (yield) — выраженный в денежных единицах доход по ЦЕННОЙ БУМАГЕ, отнесённый к текущей рыночной цене этой ценной бумаги. Доходность показывает процентную норму дохода от инвестиций в данную ценную бумагу.

Допустим, что ценная бумага (например, ОБЛИГАЦИЯ) номиналом в 100 ф. ст. и с годовой ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ, равной 5%, приносит номинальный доход 5 ф. ст. в год. Если, однако, облигацию можно купить на открытом рынке за 50 ф. ст., то её доходность равна 10%, что означает доход 10% на вложенные 50 ф. ст. Чем ниже курсовая стоимость облигации (или акции) с данной купонной процентной ставкой (или дивидендом), тем выше её доходность, и наоборот. Таким образом, между ценой облигации (акции) и её доходностью существует обратная зависимость.

Показатель *текущей доходности* (flat yield or current yield) иногда используется для определения доходности без учёта цены погашения облигации. Этот показатель может быть полезен для определения доходности БЕССРОЧНЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ. Показатель доходности, который учитывает не только

ежегодные проценты, но и капитальный выигрыш или капитальные потери при погашении облигации, называется *доходностью при погашении* (redemption yields). Если текущая рыночная цена облигации ниже цены её погашения, то для определения доходности при погашении потенциальный доход от погашения необходимо разделить на оставшийся период (в годах) до даты погашения облигации, и это значение ежегодного дохода нужно прибавить к текущей доходности облигации. Если же рыночная цена выше цены погашения, то значение ежегодных потенциальных убытков от погашения нужно вычесть из текущей доходности. Например, облигация с процентным доходом 5 ф. ст. в год и текущей рыночной ценой 50 ф. ст. имеет текущую доходность, равную 10%. Допустим, что цена погашения, которое должно произойти через пять лет, равна 100 ф. ст. Облигация должна принести капитальный доход, равный $100 \text{ ф. ст.} - 50 \text{ ф. ст.} = 50 \text{ ф. ст.}$, что эквивалентно ежегодному доходу, равному $50 \text{ ф. ст.} : 5 = 10 \text{ ф. ст.}$ в год, или дополнительной норме дохода, равной $10 \text{ ф. ст.} : 50 \text{ ф. ст.} = 20\%$. Это значение нужно приплюсовать к текущей доходности (10%) для получения доходности при погашении — 30%. Такой способ подходит для вычисления доходности ПОГАШАЕМЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ. Следует также отметить, что доходность может быть выражена и в виде годовой суммы выплачиваемого процента, делённой на рыночную цену облигации (ДОХОДНОСТЬ ОБЛИГАЦИИ); или в виде годовой суммы выплачиваемого дивиденда, делённого на рыночную цену АКЦИИ 1 (ДИВИДЕНДНЫЙ ДОХОД); или в виде прибыли компании (после уплаты налогов) на акцию, делённой на цену этой акции (ДОХОДНОСТЬ АКЦИИ).

ДОХОДНОСТЬ ОБЛИГАЦИИ (interest yield) — ПРОЦЕНТ, выплачиваемый по ОБЛИГАЦИИ и выраженный в виде части её текущей рыночной стоимости. Например, облигация, по которой в виде процента выплачивается 5 ф. ст. в год и рыночная цена которой составляет 50 ф. ст., имеет текущую доходность, составляющую 10% в год.

ДОХОДНОСТЬ ПРИ ПОГАШЕНИИ (redemption yield) — см. ДОХОДНОСТЬ.

ДОЧЕРНЯЯ КОМПАНИЯ (subsidiary company) — компания, находящаяся в собственности другой компании (см. ФИРМА). Дочерняя компания может осуществлять хозяйственную деятельность под своим собственным названием, но она находится под полным или частичным централизованным контролем со стороны материнской компании.

См. также ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ, КОНСОЛИДИРОВАННЫЕ СЧЕТА.

ДРЕЙФ ДОХОДОВ (earnings drift) — тенденция заработков, прежде всего ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ и ЖАЛОВАНИЯ, к росту в темпе, более высоком, чем установленный договором темп роста доходов на единицу ТРУДА. Дрейфу доходов способствует множество факторов: СВЕРХУРОЧНЫЕ, премии, особые договора, пересмотр условий соглашений по СДЕЛЬНОЙ РАБОТЕ и т. д. Там, где требуются работники с особой квалификацией, оплата будет выше, чем в тех сферах, где дефицит таких работников не ощущается. Возможность регулирования этих условий труда, иногда даже неформальным путём, между работодателем и работником приводит к значительному ослаблению политики доходов как инструмента экономического управления благодаря той лёгкости, с которой её можно обойти. Дрейф доходов, как правило, связан с состоянием полной занятости, при котором работодатели в большей степени готовы допустить рост заработной платы, чтобы удержать на своих предприятиях рабочую силу.

См. ИНФЛЯЦИЯ, ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ.

ДРОБЛЕНИЕ АКЦИЙ (stock split or share split) — увеличение количества АКЦИЙ в АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, не приводящее к росту стоимости капитала этой компании (её капитализации). Например, компания Х официально располагает 10 тыс. акций, выпущенных и полностью оплаченных, номиналом в 1 ф. ст. каждая. Суммарный АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ, отражаемый в БАЛАНСЕ, равен 10 тыс. ф. ст. ФОНДОВАЯ БИРЖА оценивает компанию в 100 тыс. ф. ст., присваивая каждой акции стоимость, равную 10 ф. ст. Компания стремится привлечь большее число акционеров посредством уменьшения рыночной ЦЕНЫ каждой акции и поэтому предпринимает дробление акций надвое, продавая имеющимся акционерам по две новые акции номиналом в 50 пенсов. Теперь компания официально имеет 20 тыс. выпущенных и полностью оплаченных акций номиналом в 50 пенсов; при этом стоимость капитала остаётся неизменной — 10 тыс. ф. ст. Однако цена акций на рынке ценных бумаг теперь будет равна 5 ф. ст., что позволяет рассчитывать на увеличение реализуемости этих акций.

См. также АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ.

ДУГОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ (arc elasticity) — приблизительная мера реакции СПРОСА или ПРЕДЛОЖЕНИЯ на изменения ЦЕНЫ, ДОХОДА и т. д. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ — это отношение относительного изменения спроса (Q) к относительному изменению цены (P) на отрезке изменения цены P_0P_1 , как показано

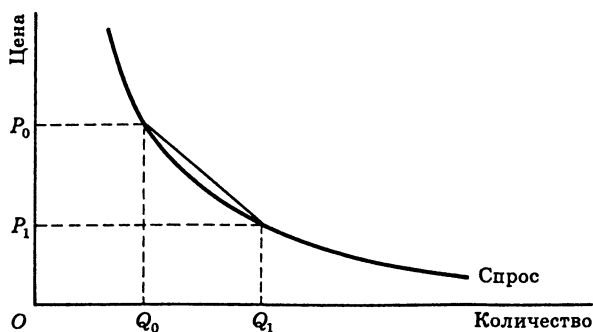


Рис. 32. Дуговая эластичность.

на рис. 32. Математически дуговая эластичность выражается следующим образом:

$$e = \frac{Q_1 - Q_0}{P_1 - P_0} \cdot \frac{P_1 + P_0}{Q_1 + Q_0},$$

где P_0 — исходная цена, Q_0 — исходный объём спроса, P_1 — новая цена, Q_1 — новый объём спроса.

Поскольку дуговая эластичность измеряет эластичность спроса (e) на отрезке изменения цены или дуге кривой спроса, она даёт только приблизительное представление об эластичности спроса при определённом значении цены (ТОЧЕЧНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ). Однако формула дуговой эластичности даёт приемлемую точность при аппроксимации точечной эластичности, если изменения цены и/или количества невелики.

См. также ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА.

ДУОПОЛИЯ (duopoly) — вариант олигополии, при котором на рынке действуют только два производителя. Существующие модели дуополистических рынков подразделяются на два основных класса:

(а) **Нереактивные модели**, в которых предполагается, что фирма не принимает в расчёт реакцию своего конкурента на изменение ею либо цены, либо выпуска. Например, в модели *дуополии Бертрана* каждый производитель считает, что его соперник не изменит цену в ответ на изменение цены им самим, и это предположение побуждает его понизить цену, чтобы увеличить объём своих продаж. Поскольку обе фирмы рассуждают таким образом, цена, в конце концов, упадёт до конкурентного уровня, когда производители получают НОРМАЛЬНУЮ

ПРИБЫЛЬ. В модели *дуополии Курно* устанавливается выпуск, а не цена. При этом фирма изменяет свой выпуск исходя из предпосылки, что выпуск её соперника останется неизменным. Поскольку обе фирмы рассуждают одинаково, выпуск, в конце концов, установится на уровне, при котором фирмы делят между собой рынок поровну и могут получить экономическую прибыль.

(б) Реактивные модели, в которых предполагается, что обе фирмы осознают, что их действия взаимозависимы, и, следовательно, пытаются избежать взаиморазрушительных форм соперничества. Фирмы пытаются максимизировать свою суммарную прибыль, устанавливая согласованные между собой цены, превышающие цены конкурентного равновесия. Этого можно достигнуть либо с помощью неформальных средств, когда, например, на основе общего согласия один из дуополистов становится ценовым лидером (см. ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО), либо путём СГОВОРА между обоими дуополистами (см. КАРТЕЛЬ).

ДУОПСОНИЯ (duopsony) — ситуация, когда на РЫНКЕ есть только два покупателя и множество продавцов. Ср. ДУОПОЛИЯ.

ЕВРОВАЛЮТНЫЙ РЫНОК, или **РЫНОК ЕВРООБЛИГАЦИЙ** (eurocurrency market or eurobond market), — рынок, базирующийся в основном в Европе, на котором совершаются операции с капиталом в ДОЛЛАРАХ США и других основных иностранных валютах вне стран их происхождения для финансирования международной торговли и инвестиций.

Основным финансовым инструментом, используемым на евровалютном рынке в целях финансирования долгосрочных инвестиций, является еврооблигация (см. ОБЛИГАЦИЯ) — ценная бумага с фиксированным процентом, выраженная в определённой валюте или валютах. В число кредиторов на евровалютном рынке входят коммерческие банки, промышленные компании и центральные банки. Заёмщики — в основном компании, которые прибегают к еврофинансам в периоды ограничения отечественного кредита и/или когда отечественные процентные ставки высоки по сравнению с процентными ставками на евровалютном рынке.

См. ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК.

ЕВРОПЕЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ (European free trade association (EFTA)) — региональный союз, учреждённый в соответствии со Стокгольмским договором 1959 г., общей целью которого является получение выгод от СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ для стран-членов. Ассоциация возникла после неудачных попыток основать крупный европейский ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ. Те страны, которые одобрили идею создания таможенного союза с последующей экономической интеграцией в длительной перспективе, образовали в 1958 г. ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО (ЕС). Остальные же страны ввиду множества причин, таких, например, как колониальные связи и стремление к политическому нейтралитету, предпочли идею создания ЗОНЫ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ и учредили Европейскую ассоциацию свободной торговли.

Ассоциацию образовали семь стран: Австрия, Великобритания, Дания, Норвегия, Португалия, Швеция и Швейцария. В 1961 г. к ним присоединилась Финляндия, в 1970 г. — Исландия. Однако в 1973 г. Великобритания и Дания вышли из Ассоциации и вступили в ЕС.

Импортные ограничения между странами — членами Ассоциации были поэтапно отменены с 1960 по 1966 г. В то же время каждая страна сохраняла свои собственные импортные пошлины и другие торговые ограничения по отношению к странам, не входящим в Ассоциацию. Тем не менее члены Ассоциации заключили двусторонние льготные торговые соглашения со странами ЕС.

См. ЕВРОПЕЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА, ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ.

ЕВРОПЕЙСКАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА (ЕВС) (European monetary system (EMS)) — система, созданная в 1979 г. с целью координации и стабилизации валютных курсов стран — членов Европейского сообщества (ЕС). ЕВС построена на основе механизма фиксированных валютных курсов и европейской расчетной единицы (ЭКЮ), которая используется для определения валютных курсов на единой основе и выступает в качестве резервного актива. Этот резервный актив наряду с другими международными валютными резервами страны ЕС могут использовать для регулирования баланса платежей между собой. Управляет ЕВС Европейский фонд валютного сотрудничества (ЕФВС).

В соответствии с «механизмом установления валютного курса» (УВК) валюта каждой страны имеет фиксированный центральный паритет, выраженный в экю, и валютные курсы могут колебаться в ограниченных пределах вокруг этих паритетов, находясь под контролем «сетки взаимных паритетов валют» и «показателя отклонения». В соответствии с сеткой взаимных паритетов рыночный курс валюты может отклоняться в любую сторону от центрального курса не более чем на 2.25% (в исключительном случае не более чем на 6%). Если же рыночный курс валюты приближается к границе в 6%, в действие вступает показатель отклонения. Ориентируясь на последний, центральный банк страны обязан осуществить валютную интервенцию или же предпринять соответствующие мероприятия внутри страны (например, изменить процентные ставки), чтобы стабилизировать курс валюты. Если же с точки зрения ЕФВС центральный курс данной валюты сам по себе завышен или занижен по отношению к другим валютам, страна может девальвировать (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ) или ревальвировать (см. РЕВАЛЬВАЦИЯ) свою валюту, устанавливая новый центральный ва-

лютный паритет. На начало 1993 г. УВК не распространялся на Грецию, Великобританию и Италию.

В отличие от других резервных активов типа золота европейская валютная единица не имеет своего материального воплощения. Она «создаётся» ЕФВС в обмен на поступление золота и других резервных активов и принимает форму бухгалтерской проводки на специальном счёте ЕФВС. Стоимость экю основана на взвешенной «корзине» валют стран — членов ЕВС. Курс экю по отношению к британской валюте в настоящее время составляет около 65 пенсов за 1 экю.

Великобритания сначала отказалась использовать УВК, но затем изменила своё решение в октябре 1990 г., установив следующий центральный курс фунта стерлингов к немецкой марке (ведущей валюте в ЕВС): 1 ф. ст. = 2.95 DM. Но в сентябре 1992 г., после того как продолжительная спекуляция с фунтом стерлингов привела к падению его курса до нижнего предела в 2.77 DM, Великобритания вновь отказалась применять УВК, отвергнув право на девальвацию в пользу рыночного «плавания» валюты (см. СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ). В августе 1993 г., когда возникли серьёзные проблемы с французским франком, пределы отклонений рыночных курсов валют от паритета были расширены в рамках УВК до 15%. Эти случаи, а также предшествующий им выход из УВК итальянской лиры иллюстрируют один из основных недостатков системы фиксированных валютных курсов, а именно тенденцию «корректируемых» курсов отклоняться от паритета под влиянием рыночных процессов и, таким образом, усиливать спекуляцию со слабыми валютами.

Тем не менее в долгосрочной перспективе планируется (в соответствии с предложениями Делорса, в настоящее время официально включёнными в МААСТРИХТСКИЙ ДОГОВОР) поэтапное движение ЕС к окончательной валютной унификации: (а) первоначально для достижения большей согласованности валютных курсов необходимо, чтобы все страны — члены ЕС стали использовать УВК; (б) создать «Европейскую систему центральных банков» с целью согласования денежной политики стран ЕС, которое приведёт в конце концов к (в) замене отдельных валют стран — членов ЕВС на единую валюту сообщества.

ЕВРОПЕЙСКАЯ КОМИССИЯ (European commission) — центральный орган, который отвечает за управление и координацию деятельности ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА (ЕС), а также за контроль над общим бюджетом ЕС; кроме того, данный орган совместно со специализированными организациями, обеспечивающими выполнение определённых программ (например, еди-

ной аграрной политики), участвует в непосредственном осуществлении политики Сообщества.

ЕВРОПЕЙСКАЯ РАСЧЁТНАЯ ЕДИНИЦА (ЭКЮ) (european currency unit (ECU)) — денежный актив, используемый странами — членами ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ — для определения ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ своих валют в качестве МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ, хранимых странами-членами для осуществления взаимозачётов между собой. В отличие от других резервных активов, например золота, экю не имеет своего материального воплощения. Экю «создаётся» Европейским фондом валютного сотрудничества ЕВС в обмен на поступление ЗОЛОТА и других резервных активов от стран — членов ЕВС и принимает форму бухгалтерской проводки на специальном счёте этого фонда. Стоимость экю рассчитывается на основе взвешенной корзины национальных валют стран — членов ЕВС. В настоящее время курс экю по отношению к британской валюте составляет около 65 пенсов за 1 экю.

ЕВРОПЕЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА (European economic area (EEA)) — основанный в 1991 г. союз СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ между странами — членами ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА (ЕС) и ЕВРОПЕЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ. Цель Европейской экономической зоны — распространить «свободы четырёх единых рынков»: рынков товаров, услуг, капитала и труда — на страны — члены Европейской ассоциации свободной торговли. Эти страны принимают положения о гармонизации отношений, вступающие ныне в силу в соответствии с АКТом О ЕДИНОМ ЕВРОПЕЙСКОМ РЫНКЕ 1986 г.

ЕВРОПЕЙСКОЕ АГЕНТСТВО ПО АТОМНОЙ ЭНЕРГИИ (ЕВРАТОМ) (European atomic energy community (Euratom)) — организация, основанная странами — членами ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА для развития ядерной энергетики Сообщества в промышленных и коммерческих целях.

ЕВРОПЕЙСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ УГЛЯ И СТАЛИ (ЕОУС) (European coal and steel community (ECSC)) — региональный союз, основанный в 1951 г. ФРГ, Францией, Италией, Бельгией и Люксембургом с целью обеспечения свободной торговли углём и сталью. Эти страны входят в число тех стран, которые позднее в духе сотрудничества, порождённого ЕОУС, создали на более широкой основе ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО. Одна из основных функций ЕОУС заключается в регулировании производственных мощностей данной отрасли. Такое регулирование осуществляется для поддержания долгосрочного предложения на уровне потенциального спроса, а также для предотвраще-

ния доминирования на рынке отдельных производителей, в том числе и национализированных предприятий.

ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ БАНК (European investment bank) — институт, созданный в 1958 г. в связи с образованием ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА, чтобы финансировать программы и проекты, направленные на обеспечение экономической интеграции Сообщества. Наряду с ЕВРОПЕЙСКИМ ФОНДОМ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ этот банк — важный источник финансирования развития наиболее отсталых регионов Сообщества. Банк также кредитует развивающиеся страны.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

ЕВРОПЕЙСКИЙ ФОНД РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ (European regional development fund) — организация, основанная в 1975 г. ЕВРОПЕЙСКИМ СООБЩЕСТВОМ, чтобы финансировать устранение внутри- и межрегиональных диспропорций.

Финансовое содействие осуществляется в двух направлениях: (а) на основе национальной квоты, когда фонд финансирует инвестиции в создание рабочих мест и в инфраструктуру в соответствии с национальной политикой каждой из стран — членов ЕС. Это составляет около 85% расходов фонда. (б) На дискреционной основе, когда фонд финансирует программы, направленные на решение либо наиболее безотлагательных региональных проблем, либо проблем всего Сообщества в целом.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО (ЕС), или (ранее) **ЕВРОПЕЙСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СООБЩЕСТВО (ЕЭС)** (European community (EC) or (formerly) European economic community (EEC)), — региональный союз, учреждённый в соответствии с Римским договором 1958 г. с целью интеграции экономики стран-членов. ЕС было основано шестью странами: ФРГ, Францией, Италией, Нидерландами, Бельгией и Люксембургом, которые (за исключением Нидерландов) ранее входили в ЕВРОПЕЙСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ УГЛЯ И СТАЛИ. Позднее, в 1973 г., к ЕС присоединились Великобритания, Ирландия и Дания, в 1981 г. — Греция, в 1986 г. — Испания и Португалия.

В настоящее время ЕС — крупная сила в мировой экономике: в 1982 г. его доля в мировом производстве и торговле составила свыше 40%.

Стратегия и основная часть оперативной политики ЕС вырабатываются правительствами стран-членов в Совете министров (каждая страна имеет своего представителя, наделённого одним голосом) и в демократически избираемом Европейском парламенте. ЕВРОПЕЙСКАЯ КОМИССИЯ наблюдает за повседнев-

ным осуществлением политики Сообщества и контролирует его общий бюджет, тогда как другие органы занимаются реализацией специальных программ, например единой аграрной политики.

Бюджет ЕС на 1991 г., млн экю

Поддержка сельскохозяйственных цен	32 516
Структурная политика (социальная, региональная и аграрная)	14 268
Выплаты и резервы	1 264
Управление	1 679
Помощь и развитие	2 601
Исследования, энергетика и промышленность	3 691
	56 019

Основными направлениями экономического развития в рамках ЕС к настоящему времени являются:

(а) Создание **ОБЩЕГО РЫНКА**, обеспечивающего свободную торговлю товарами и услугами и свободное движение труда и капитала через национальные границы. Страны — члены ЕС обязаны устранить **ТАРИФЫ**, **КВОТЫ** и другие препятствия к торговле внутри Сообщества и к поддержанию единого внешнего тарифа ЕС по отношению к странам, не входящим в Сообщество. Импортные ограничения между шестью странами — основателями ЕС были ликвидированы, а их внешние барьеры согласованы поэтапно с 1958 по 1968 г. ЕС заключило ряд льготных торговых соглашений со странами, не являющимися членами Сообщества, в том числе **ЛОМЕЙСКИЕ СОГЛАШЕНИЯ**, более чем с 40 развивающимися странами, большинство из которых были колониями стран — членов ЕС. Кроме того, заключены двусторонние договоры с членами **ЕВРОПЕЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ** (см. **ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ**, **РАСШИРЕНИЕ ТОРГОВЛИ**, **ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ТОРГОВЛИ**). См. также **ЕВРОПЕЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА**.

(б) Проведение *политики в отношении конкуренции*. Она запрещает соглашения между фирмами о фиксировании цен и о разделе рынка, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке, которые приводят к уменьшению объемов торговли или её устранению внутри ЕС (см. **ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА**).

(в) Проведение *единой аграрной политики*, которая обеспечивает субсидирование и защиту сельского хозяйства (см. **ЕДИНАЯ АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА**).

(г) Проведение *региональной политики*, направленной на устранение региональных диспропорций как внутри стран —

членов ЕС, так и между ними (см. ЕВРОПЕЙСКИЙ ФОНД РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ, ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ БАНК).

(д) Создание ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ для более тесного согласования валютных курсов стран-членов и регулирования их платёжных балансов.

(е) Создание специальной денежной единицы — ЭКЮ (см. ЕВРОПЕЙСКАЯ РАСЧЁТНАЯ ЕДИНИЦА) с целью обеспечения единой основы для расчётов между странами-членами в рамках единой аграрной политики, Европейской валютной системы и т. д.

Члены сообщества надеются в долгосрочной перспективе на преобразование его в полноценный ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ, что предполагает тесное согласование общей экономической политики стран — членов ЕС и централизацию процедуры налогового-бюджетного и денежно-кредитного регулирования (см. МААСТРИХТСКИЙ ДОГОВОР, 1991 г.). В преддверии этих событий заключён АКТ О ЕДИНОМ ЕВРОПЕЙСКОМ РЫНКЕ (инициатива 1992 г.), который содержит около 400 подробных указаний, предусматривающих установление в 1992 г. единых ставок налога на добавленную стоимость, технических норм грузовых автомобильных перевозок, характеристик выпускаемых изделий и т. д. Эти меры необходимы для того, чтобы создать единый, свободный от барьеров европейский рынок.

См. ЕВРОПЕЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА.

ЕДИНАЯ АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА (ЕАП) (Common agricultural policy (CAP)) — политика содействия аграрному сектору, проводимая ЕВРОПЕЙСКИМ СООБЩЕСТВОМ (ЕС). Основные цели: поддержание удовлетворительного уровня жизни фермеров и повышение экономической эффективности аграрного сектора (см. АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА).

Руководство ЕАП осуществляют Европейский аграрный совет и Гарантийный фонд, однако реализация основных мероприятий и оперативные решения (например, фиксирование цен на сельскохозяйственную продукцию на данный год) остаются за Советом министров ЕС. Содействие аграрному сектору осуществляется в четырёх направлениях.

(а) Около 70—75% фермерских хозяйств получают выгоду от системы ПОДДЕРЖКИ ЦЕН, которая поддерживает цены на сельскохозяйственную продукцию, произведённую в странах ЕС, на более высоком уровне по сравнению с ценами на мировом рынке. Цены на молоко, зерновые, масло, сахар, свинину, говядину, телятину, некоторые фрукты и овощи и столовое вино фиксируются ежегодно и, после того как они уже зафиксированы, поддерживаются на этом уровне посредством покупки части продукции, не реализованной на рынке. КОМПЕНСА-

ЦИОННЫЕ ВЫПЛАТЫ используются для пересчёта общеевропейской цены на каждый конкретный продукт в национальные валюты и пересмотра цен в случае изменений валютных курсов стран — членов ЕС.

(б) Подвижные ставки ИМПОРТНЫХ ПОШЛИН используются для повышения цен на импорт до уровня внутренних цен (это относится к вышеназванным продуктам), таким образом обеспечивая конкурентоспособность всей продукции ЕС. 25% фермерских хозяйств ЕС, на которые не распространяется прямая ценовая поддержка, полагаются исключительно на тарифную защиту, позволяющую поддерживать на высоком уровне цены внутреннего рынка.

(в) ЭКСПОРТНЫЕ СУБСИДИИ позволяют фермерам ЕС снизить свои экспортные цены и тем самым успешно конкурировать на мировых рынках.

(г) Дотации предоставляются фермерским хозяйствам для модернизации и совершенствования ими своего производства в целях повышения экономической эффективности аграрного сектора.

ЕАП — наиболее крупная статья расходов в общем бюджете ЕС. В 1991 г. расходы на неё составили 65% суммарных расходов ЕС. В последние годы свыше 90% бюджета ЕАП было затрачено на ценовую поддержку и экспортные субсидии.

Хотя ЕАП может претендовать на ряд успехов (прежде всего достижение самообеспечения ЕС многими продуктами питания), критики заявляют, что она имеет множество недостатков: потребители проигрывают, поскольку им приходится платить чрезмерно высокие цены за продукты питания; ресурсы размещаются нерационально, так как неэффективные, несущие большие затраты фермерские хозяйства слишком сильно защищены и слишком мало средств направляется на долгосрочные структурные реформы и модернизацию сектора; цены, искусственно завышаемые за счёт закупок непроданных товаров, стимулируют общее перепроизводство и имеют своим результатом крупные излишки продукции, которую дорого хранить и трудно распродать; и, наконец, субсидируемый экспорт из ЕС может снизить мировые цены на сельскохозяйственную продукцию, значительно затрудняя существование развивающихся стран, многие из которых (особенно страны, не заключившие ЛОМЕЙСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ) уже понесли тяжёлый урон в результате отклонений в торговле стран ЕС (см. ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ТОРГОВЛИ).

См. ПОДДЕРЖКА ДОХОДОВ, ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ.

ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ (natural monopoly) — ситуация, при которой ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА столь значительна, что минимум затрат достигается только тогда, когда весь выпуск отрасли сосредоточен в руках одного производителя, так что производственные затраты в условиях монополии оказываются ниже, чем при СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ или ОЛИГОПОЛИИ. Существование естественной монополии служит основным аргументом в пользу НАЦИОНАЛИЗАЦИИ таких отраслей, как железные дороги.

См. МИНИМАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ.

ЕСТЕСТВЕННЫЙ УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ (natural rate of unemployment) — уровень БЕЗРАБОТИЦЫ, соответствующий постоянному темпу ИНФЛЯЦИИ. Термин «естественный уровень безработицы» часто используется в качестве синонима НЕ УСКОРЯЮЩЕГО ИНФЛЯЦИЮ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ.

ЕЭС — см. ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО.

Ж

ЖАЛОВАНИЕ (salary) — форма оплаты труда наёмных работников организации. Жалование сходно с ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТОЙ в том смысле, что оно выплачивается за использование ТРУДА в качестве фактора производства. В экономическом смысле жалование отличается от заработной платы тем, что (а) жалование непосредственно не связано с реальным количеством часов, отработанных наёмным работником, тогда как лица, получающие заработную плату, обычно оплачиваются на почасовой основе; (б) жалование обычно выплачивается ежемесячно, тогда как заработная плата — еженедельно.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА (product life-cycle) — типичное изменение во времени объёмов сбыта, которое претерпевает продукт вследствие того, что изменяющиеся вкусы потребителей и технологические ИННОВАЦИИ приводят к вытеснению новыми продуктами уже существующие. Типичный жизненный цикл продукта изображён на рис. 33. Он состоит из четырёх основных фаз:

(а) Введение продукта на рынок, которому предшествует успешная разработка нового продукта. Когда продукт только что появился в продаже, объём сбыта будет невысок до тех пор, пока не будет преодолено сопротивление потребителей, и на этой стадии рынок сбыта зачастую ограничивается потребителями с высокими доходами, которые более склонны к риску в своём покупательском поведении.

(б) Фаза роста продукта, когда он достигает «рыночного признания», и объём продаж быстро растёт, так как продукт охватывает массовый рынок. В течение этой фазы конкуренты могут начать выпускать новые конкурентоспособные продукты, так что продукт теряет свою исключительность.

(в) Зрелость продукта, когда объём продаж в основном ограничен повторными покупками существующих потребителей, так как большинство потребителей уже сделали свои первые

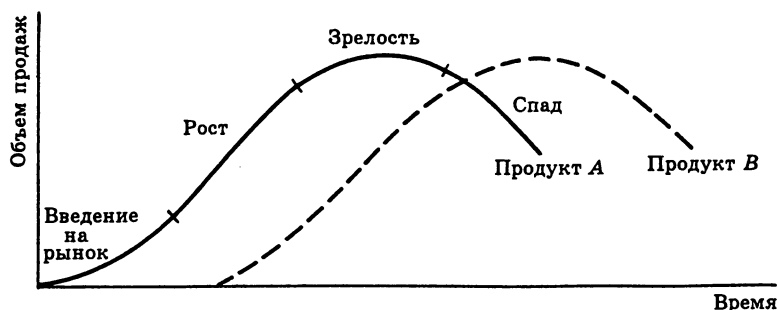


Рис. 33. Жизненный цикл продукта.

покупки. На этой стадии рынок насыщен, так что конкуренты не могут получать доходы от растущего рынка и вынуждены бороться за сохранение или увеличение своей доли на уже существующем.

(г) Спад продукта, когда объем продаж снижается из-за того, что изменились вкусы потребителей или появился лучший продукт. Если следовать этой снижающейся тенденции, то продукт может постепенно прекратить своё существование, так как объем продаж упадет до очень низкого уровня, но менеджеры могут задолго до этого принять решение о прекращении производства продукта.

Большинство компаний предлагают на рынок несколько различных товаров и поэтому должны разработать стратегию производства продуктов. Когда новый продукт (продукт В на рис. 33) начинает выпускаться, более старый продукт А достигает зрелости, поддерживая таким образом постоянный АССОРТИМЕНТ ИЗДЕЛИЙ, состоящий из новых, растущих и зрелых продуктов.

Ценовая политика компании по отношению к продукту может зависеть от стадии его жизненного цикла. В течение первой фазы менеджеры будут стремиться к высокой цене «снятия сливок», которая отражает новизну и исключительность продукта, а также основывается на временном монополистическом положении выпускающей компании. На этой ранней стадии спрос на продукт, вероятно, будет неэластичным по цене (см. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ), так как высокие цены не отпугивают потребителей с высокими доходами. Высокая цена будет способствовать укреплению «престижа» продукта, окупит исследования и разработки, а также затраты на стимулирование сбыта продукта. В течение фазы роста менеджеры мо-

гут установить более низкую цену *проникновения*, что позволит охватить широкие потребительские массы. На этой стадии спрос, вероятно, будет более эластичным по цене, поскольку он формируется средними потребителями, которые относятся к цене более осмотрительно, чем «пионеры потребления» — покупатели товаров-новинок. Снижая цену, фирма может заметно увеличить объём продаж, что обеспечит экономию затрат при крупномасштабном производстве и поможет сохранить влияние на рынке при появлении конкурентов. Если фаза зрелости достигается одновременно несколькими похожими продуктами, имеющими твёрдые позиции на рынке, то их цены будут, скорее всего, примерно одинаковыми. Любая попытка одной из фирм понизить свою цену и увеличить своё влияние на рынке будет провоцировать ответные действия конкурентов, стремящихся сохранить своё положение.

Таким же образом любой другой элемент МАРКЕТИНГОВОЙ СМЕСИ, такой как реклама или СТИМУЛЫ К ЭКСПОРТУ, должен соответствовать фазам жизненного цикла продукта.

См. также БОСТОНСКАЯ МАТРИЦА, ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ.

ЗАБАЛАНСОВОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ (off-balance sheet financing) — платёж за использование АКТИВА, взятого в аренду (ЛИЗИНГ). Если компания желает установить новое копировальное оборудование стоимостью 50 тыс. ф. ст., она может не покупать его, а заключить арендное соглашение на 5 лет с выплатой по 12 тыс. ф. ст. в год. Ежегодно эти 12 тыс. будут вычитаться из СЧЁТА ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ компании. Данное оборудование не учитывается в БАЛАНСЕ фирмы как ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ, так как не является собственностью фирмы, но отражается в качестве ежегодных эксплуатационных затрат, которые уменьшают величину ПРИБЫЛИ, подлежащей НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ. Забалансовое финансирование даёт компании возможность использовать дорогостоящие активы, не тратя больших сумм денег на их покупку. Это также позволяет компании сохранить свой ДОЛГОСРОЧНЫЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ КАПИТАЛ настолько малым, насколько это возможно, увеличивая ОТДАЧУ НА ВЛОЖЕННЫЙ КАПИТАЛ.

См. ОБРАТНЫЙ ЛИЗИНГ.

ЗАБАСТОВКА (strike) — совместное прекращение работы группой работников; часть ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КОНФЛИКТА.

См. ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ПИКЕТЧИК.

ЗАВИСИМАЯ ПЕРЕМЕННАЯ (dependent variable) — переменная, на которую в модели оказывает влияние какая-то другая переменная. Например, объём спроса на продукт (зависимая переменная) зависит от его цены (НЕЗАВИСИМАЯ ПЕРЕМЕННАЯ).

См. ФУНКЦИЯ СПРОСА, ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ЗАГРАНИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ (foreign investment) — ИНВЕСТИЦИИ, осуществляемые резидентами данной страны (частными лицами, компаниями, финансовыми институтами и государством) для покупки иностранных ЦЕННЫХ БУМАГ или физических активов. Инвестиции в заграничные финансовые активы

(в частности, институциональных инвесторов) предпринимаются прежде всего с целью диверсификации риска и получения большего дохода, чем тот, который возможен по сравнимым внутренним инвестициям. Прямые заграничные инвестиции в строительство новых заводов, в создание отделений по сбыту или в приобретение уже существующих предприятий обеспечивают большую гибкость ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ в обслуживании зарубежных рынков.

Проценты, прибыль и дивиденды, полученные от этих зарубежных инвестиций, учитываются в ПЛАТЁЖНОМ БАЛАНСЕ как «невидимые поступления», хотя часть этих доходов может быть реинвестирована за границей, а не возвращена на родину.

См. ДВИЖЕНИЕ КАПИТАЛА.

ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (pollution) — ущерб, наносимый природе грязными или вредными веществами. В экономической теории результаты загрязнения, например дыма фабричных труб, вредных выбросов и свалок нереализуемых отходов производства, рассматриваются как ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ. Загрязнения рассматриваются как издержки экономического роста и «отрицательный ресурс» при измерении экономического благосостояния (см. ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ).

Правительства разных стран всё больше и больше ужесточают нормативы по использованию и реализации промышленных материалов и методов производства, вследствие чего промышленные компании вынуждены вкладывать средства в создание систем контроля и ограничения загрязнений, а также более активно производить продукты, которые не наносят вреда окружающей среде.

См. «ЗЕЛЁНЫЕ» ПОТРЕБИТЕЛИ, ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АУДИТ, ПРИНЦИП «ЗАГРЯЗНИЛ — ПЛАТИ».

ЗАЁМНЫЙ КАПИТАЛ (loan capital or debt capital) — вложенные в компанию деньги, которые были получены из внешних источников на определённый срок путём выпуска ценных бумаг с фиксированной процентной ставкой. Поставщики заёмного капитала, как правило, не участвуют в прибылях компании в отличие от поставщиков АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА, но получают регулярные процентные выплаты в соответствии с долговым контрактом. Кредиторы имеют преимущества перед акционерами: во-первых, они получают процентные платежи независимо от величины прибыли, во-вторых, им возвращаются их капиталы в случае НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ компании. Ссуды сопряжены с различной степени риском, связанным с невы-

полнением обязательств заёмщиком. Наименее рискованными являются ЗАКЛАДНЫЕ ССУДЫ, обеспеченные «фиксированным» обязательством в виде определённого актива компании, например конкретной машины, который перейдёт в собственность кредитора при неуплате долга. Далее по мере увеличения степени риска следуют закладные ссуды с «плавающим» обязательством в виде всех активов компании, которые также переходят к кредитору в случае неуплаты. Наконец, поставщик «подчинённых» ссуд (в разговорном обиходе «бросовые облигации») получает свои ссуды назад только после удовлетворения претензий всех остальных кредиторов. Возрастающая степень риска отражается на уровне процентной ставки. Как правило, по неподчинённым займам предлагается более высокий процент, чем по закладным ссудам.

См. ЛЕВЕРЕДЖ.

ЗАЁМЩИК (borrower) — физическое лицо, фирма или учреждение, берущее у КРЕДИТОРА ЗАЁМ, чтобы финансировать ПОТРЕБЛЕНИЕ или ИНВЕСТИЦИИ. Кредиторы часто требуют от заёмщиков предоставления ЗАЛОГА, например титула собственности, который кредитор может оставить за собой в случае неуплаты долга заёмщиком.

См. ДОЛГ, ДОЛЖНИК, ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

ЗАКАЗ ПО ПОЧТЕ (mail order) — форма деятельности ОПТОВЫХ и РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЦЕВ, заключающаяся в продаже продуктов потребителям с доставкой по почте. Фирма, использующая этот вид деятельности, назначает агентов, задача которых — поиск потенциальных покупателей. Последним предлагается каталог, по которому они могут заказать покупки непосредственно по почте, по телефону или через агента.

ЗАКЛАДНАЯ (mortgage) — предоставление ЗАЙМА лицу или предприятию (заёмщик/закладчик). Эти займы используются для приобретения каких-либо активов, чаще всего таких видов собственности, как дома, офисы или фабрики. Закладная является формой КРЕДИТА, предоставляемого на определённый период времени как с фиксированными условиями ПРОЦЕНТА, так и, чаще, ввиду значительной продолжительности большинства закладных, с изменяемыми условиями процента.

Актив передаётся заёмщиком кредитору в качестве обеспечения займа. Права на распоряжение данной собственностью остаются в качестве залога за строительным обществом или банком до тех пор, пока заём не будет выплачен полностью, после чего права передаются закладчику, и он становится законным владельцем актива.

ЗАКЛАДНАЯ ССУДА (debentures) — способ финансирования компании посредством ЗАЙМОВ с фиксированной процентной ставкой, обеспеченных АКТИВАМИ компании.

В отдельных случаях в качестве обеспечения займа компания может предложить определённый актив (например, машину); в других случаях кредиторам на случай неуплаты долга в качестве обеспечения предлагается всё имущество компании.

См. ЗАЁМНЫЙ КАПИТАЛ.

ЗАКОН БОЛЬШИХ ЧИСЕЛ (law of large numbers) — закон, по которому большие группы ведут себя более стабильно, чем отдельные индивиды. Так, некий одиночный потребитель может увеличить покупки данного продукта при росте цены последнего, тогда как большинство потребителей будет покупать меньше.

См. КРИВАЯ СПРОСА.

ЗАКОН ВАЛЬРАСА (Walras's law) — утверждение, что общая ценность товаров, пользующихся спросом в экономике (произведение цены на объём спроса), всегда равна общей ценности предлагаемых товаров (произведение цены на объём предложения).

Такая ситуация может возникнуть только в бартерной экономике (см. БАРТЕР) или в экономике, которая использует некую форму ДЕНЕГ, но только для совершения сделок. В экономике, которая также использует деньги как средство сбережения, возможна ситуация, когда спрос и предложение денег не соответствуют спросу и предложению товаров, т. е. люди могут делать СБЕРЕЖЕНИЯ (или совершать затраты, превышающие доход).

См. также ЗАКОН СЭЯ.

ЗАКОН ГРЕШЭМА (Gresham's law) — экономическая гипотеза, состоящая в том, что «плохие» ДЕНЬГИ вытесняют «хорошие» из обращения. Этот принцип применим только к тем странам, в основе внутренней денежной системы которых лежат металлические монеты, изготовленные из металлов, обладающих собственной ценностью, таких как серебро и золото. Если государство выпускает новые монеты с меньшим содержанием драгоценных металлов, люди поддаются искушению откладывать старые монеты из-за товарной ценности заключённого в них металла; таким образом, «хорошие» деньги прекращают обращаться в качестве валюты.

ЗАКОН ГУДХАРТА (Goodhart's law) — утверждение, что попытки ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА регулировать уровень кредитования клиентов коммерческими банками через введение контроля над

определёнными видами кредитов могут быть обойдены банки, которые находят альтернативные методы кредитования, не подпадающие под регулирование.

См. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ФИНАНСОВАЯ ИННОВАЦИЯ.

ЗАКОН О КОНКУРЕНЦИИ, 1980 (Competition Act, 1980) — закон, дополнивший антимонопольное законодательство Великобритании, предоставив УПРАВЛЕНИЮ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ более широкие полномочия по борьбе с такими ограничениями конкуренции, как ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО, ОТКАЗ В ПОСТАВКЕ, СВЯЗАННЫЕ ПРОДАЖИ и т. д. Прежде эти виды деятельности можно было рассматривать лишь в контексте всеобъемлющего и длительного антимонопольного расследования, тогда как теперь этот закон позволяет Управлению бороться с ними на индивидуальной и единовременной основе.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

ЗАКОН О МЕРАХ И ВЕСАХ, 1963 (Weights and measures Act, 1963) — закон Великобритании, который уполномочивает ДЕПАРТАМЕНТ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ устанавливать меры и веса для продажи определённых товаров, прежде всего продуктов питания и напитков. В соответствии с Законом была создана сеть местных органов власти, задача которых — инспектировать товары, продающиеся в магазинах, питейных заведениях и других соответствующих учреждениях, и контролировать, правильно ли применяются веса и/или меры, и при обнаружении «недовеса» или «недомера» возбуждать дела против мошенников. При этом УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ действует сейчас как координирующая организация, хранящая центральный регистр судебных приговоров, вынесенных согласно данному Закону.

См. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ.

ЗАКОН О НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ, 1986 (Insolvency Act, 1986) — британский закон, который устанавливает процедуры действий в отношении несостоятельных компаний (см. НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ). Закон определяет несколько возможных этапов: (а) *добровольное соглашение*, согласно которому компания и её кредиторы согласны уменьшить или отсрочить долговые платежи. Если компания продолжает нести убытки, тогда (б) компания может попросить комитет по банкротствам назначить администратора для реорганизации компаний и её оздоровления. Если администратор не способен поправить дела компании, то (в) он объявляет компанию *несостоятельным должником* с последующей распродажей имущества компании для уплаты

долгов кредиторам; (г) если дела компании продолжают ухудшаться, администратор *завершает* деятельность компании, выполняя роль *ликвидатора*, распродавая оставшееся имущество компании и используя доход от распродажи для уплаты долгов кредиторам, причем держатели обыкновенных акций (см. ОБЫКНОВЕННЫЕ АКЦИИ, АКЦИОНЕРЫ) получают все оставшиеся фонды.

ЗАКОН О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТЕ, 1974 (Consumer credit Act, 1974) — закон Великобритании, который предусматривает выдачу лицензий физическим и юридическим лицам на предоставление потребительского КРЕДИТА (а именно: кредитным компаниям, владельцам ломбардов и лицам, предоставляющим КРЕДИТ В РАССРОЧКУ, но не банкам, которые получают отдельную лицензию) и регулирует отношения между ДЕБИТОРАМИ и КРЕДИТОРАМИ. Закон содержит важные положения, касающиеся защиты дебиторов от «грабительских» ставок процента. За выполнением закона следит УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ совместно с ДЕПАРТАМЕНТОМ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

См. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ, ПРИВЕДЁННАЯ ГОДОВАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА.

ЗАКОН О РЕГУЛИРОВАНИИ ЧАСОВ РАБОТЫ МАГАЗИНОВ, 1950 (Shop Act, 1950) — британский закон (не распространяющийся на Шотландию), который содержит положения, регламентирующие время открытия и закрытия МАГАЗИНОВ и продолжительность рабочего дня торгового персонала магазинов. В соответствии с законом магазины должны быть закрыты по воскресеньям, кроме тех, которые торгуют продуктами, перечень которых определен законом. Этот перечень включает газеты и журналы, табачные изделия и алкогольные напитки, конфеты и шоколад и т. д.; в нём нет таких предметов, как мебель, игрушки, краски и Библия. Местные судебные власти имеют право наложить штраф на торговца до 1000 ф. ст. за нарушение любого положения закона.

ЗАКОН О СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛЕ, 1973 (Fair trading Act, 1973) — акт, объединивший и расширивший английское антимонопольное законодательство путём введения контроля над монополиями, слияниями и поглощениями, соглашения по ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ. В соответствии с этим актом был создан новый орган регулирования — УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, возглавляемый Генеральным директором, на который были возложены функции надзора за всеми сторонами ПОЛИТИКИ В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, включая наблюдение за

изменением структуры рынка и торговой практикой компаний, регистрацию соглашений по ограничению торговли, а также передачу (если это необходимо) дел КОМИССИИ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ И СУДУ ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПРАКТИКЕ для расследования и вынесения решения. По этому акту Управлению справедливой торговли поручался также надзор за другими проблемами, затрагивающими интересы потребителей, в том числе меры и веса, торговые описания и добровольные кодексы поведения на рынке.

См. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ.

ЗАКОН О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ, 1986 (Financial services Act, 1986) — закон Великобритании, оформляющий систему регулирования ценных бумаг и инвестиций. Закон охватывает операции с ценными бумагами, первичными благами, финансовыми фьючерсами, паевыми взносами, частично страхование (кроме страхового рынка Ллойдс) и инвестиции. К его ведению не относятся коммерческие банки, контролируемые Банком Англии, а также сделки с залоговыми и другие операции строительных обществ, регулирование которых происходит отдельно в соответствии с Актом о строительных обществах 1986 г.

Основные сферы, охватываемые актом, — регистрация ценных бумаг и инвестиционных фирм, а также установление правил «хорошей» и «справедливой» деловой практики и контроль за их соблюдением. ДЕПАРТАМЕНТ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ вместе с созданным им агентством, Советом по ценным бумагам и инвестициям (СИБ), отвечает за общее осуществление положений закона на практике, действуя сообща с различными САМОРЕГУЛИРУЮЩИМИСЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, ПРИЗНАННОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ БИРЖЕЙ и ПРИЗНАННОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ.

Главная цель этого закона состоит в том, чтобы гарантировать, что только «достойные» люди получают право заниматься ценными бумагами и инвестиционным бизнесом и что они ведут свои дела в соответствии со стандартами, установленными СИБ, саморегулирующимися организациями, признанной инвестиционной биржей и признанной профессиональной организацией, внося, например, ясность в отношения между фирмой и её клиентами, в особенности в области раскрытия размеров вознаграждений.

ЗАКОН ПАРКИНСОНА (Parkinson's law) — наблюдение профессора С. Норскота Паркинсона, согласно которому объём работ увеличивается в зависимости от времени, отведённого для его

выполнения. Если это наблюдение верно, то неэффективность организации труда создаёт серьёзные проблемы для фирм любого масштаба.

См. ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ, X-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ.

ЗАКОН СЭЯ (Say's law) — утверждение, согласно которому СОВОКУПНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ создаёт свой собственный СОВОКУПНЫЙ СПРОС. Сам факт производства данного количества продукта порождает сумму дохода (в виде заработной платы, прибыли и т. д.), в точности равную этому объёму выпуска и полностью достаточную для его покупки. Из этого следует, что для достижения уровня выпуска, соответствующего полной занятости, требуется лишь увеличить в должной мере совокупное предложение.

Ключевые допущения здесь таковы: экономическая система «направляется предложением» («supply-led») и весь доход расходуется на потребление. Но в действительности некоторая часть дохода «утекает» в сбережения, налоги и т. д. (см. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА), и нет гарантии, что весь этот доход будет «влит» обратно в качестве расходов. Таким образом, в противоположность изложенному выше утверждению экономическая система «направляется спросом» («demand-led»). Уменьшение совокупного спроса ведёт к многократному сокращению национального дохода и объёма выпуска.

См. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ЗАКОН ЭНГЕЛЯ (Engel's law) — закономерность, в соответствии с которой при увеличении дохода потребители повышают расходы на ПРЕДМЕТЫ РОСКОШИ в большей степени, а расходы на ТОВАРЫ ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ — в меньшей степени, чем увеличивается доход. Таким образом, рост дохода приводит к снижению доли расходов потребителя на товары первой необходимости (например, основные продукты питания) и к увеличению доли расходов потребителей на предметы роскоши (например, автомобили).

См. НЕПОЛНОЦЕННЫЙ ТОВАР, ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ, КРИВАЯ ДОХОД—ПОТРЕБЛЕНИЕ, АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА.

ЗАКОННОЕ ПЛАТЁЖНОЕ СРЕДСТВО (legal tender) — часть ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ данной страны, являющаяся узаконенным всеобщим средством платежа за товары, услуги и погашения долгов. НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ (БАНКНОТЫ И МОНЕТЫ), выпущенные государством, удовлетворяют этому требованию. В то же время продавец имеет законное право не принимать в качестве оплаты чек, выписанный по БАНКОВСКОМУ ВКЛАДУ.

См. МОНЕТНЫЙ ДВОР.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНОСТЬ О КОМПАНИЯХ (company laws) — свод законов, регламентирующий деятельность АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЙ. Британское законодательство о компаниях дало толчок развитию акционерных компаний, установив принцип ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, и теперь защищает интересы АКЦИОНЕРОВ, контролируя создание и финансирование компаний. Основные положения законодательства о компаниях Великобритании содержатся в Законах о компаниях 1948, 1976 и 1989 гг.

См. УСТАВ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА, МЕМОРАНДУМ ОБ АССОЦИАЦИИ.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНОСТЬ О КОНКУРЕНЦИИ (competition laws) — свод законов, которые предусматривают контроль над монополиями, слияниями и поглощениями, соглашениями, ограничивающими торговлю, и другими видами антиконкурентной деятельности. Законодательство о конкуренции Великобритании представлено рядом законодательных актов: ЗАКОНОМ О СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛЕ 1973 г., ЗАКОНОМ О КОНКУРЕНЦИИ 1980 г., ЗАКОНАМИ ОБ ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПРАКТИКЕ 1956, 1968, 1976 гг. и ЗАКОНОМ О РОЗНИЧНЫХ ЦЕНАХ 1964, 1976 гг. Исполнение этих законодательных актов контролируется УПРАВЛЕНИЕМ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ.

В Европейском Сообществе законодательство о конкуренции содержится в статьях 85 и 86 Римского договора и в Правилах проведения слияний 1990 г. Исполнение этих законодательных актов контролируется Управлением конкуренции при Европейской комиссии.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ (ВЕЛИКОБРИТАНИЯ), ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА.

ЗАКОНСЕРВИРОВАННАЯ КОМПАНИЯ (shell company) — компания, не ведущая хозяйственную деятельность, но остающаяся в списках фондовой биржи. Подобная компания может быть куплена путём ОБРАТНОГО ПОГЛОЩЕНИЯ компанией, желающей попасть в списки фондовой биржи.

ЗАКОНЫ ОБ ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПРАКТИКЕ, 1956, 1968, 1976 (Restrictive Trade Practices Acts, 1956, 1968, 1976) — часть законодательства Великобритании, обеспечивающая контроль СОГЛАШЕНИЙ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ между производителями аналогичной продукции. Эти законы запрещают соглашения по ограничению торговли, если только они специально не разрешены УПРАВЛЕНИЕМ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ (обычно после рассмотрения в СУДЕ ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ). Согласно законам, стороны подобного соглашения

должны доказать суду не только то, что ограничения, содержащиеся в соглашении, приносят выгоду в результате использования одного или нескольких определённых способов (например, путём сокращения затрат или цен, посредством большей специализации, путём поддержки экспорта или сокращения безработицы), но и то, что эти выгоды *относительно* больше, чем связанный с этим ущерб (например, более высокие цены, возникающие в результате устранения ценовой конкуренции или защиты неэффективных производителей).

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

ЗАКОНЫ О РОЗНИЧНЫХ ЦЕНАХ, 1964, 1976 (*Resale prices Acts, 1964, 1976*) — положения законодательства Великобритании, обеспечивающие контроль ПОДДЕРЖАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН поставщиками продукта. Эти положения запрещают подобную практику в случае, если она специально не разрешена УПРАВЛЕНИЕМ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ (обычно после исследования СУДОМ ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ). Согласно этим положениям, поставщики должны доказать в суде не только то, что эта практика выгодна потребителям по тем или иным причинам (например, благодаря большому удобству обеспечения послепродажного обслуживания), но и то, что эти выгоды *относительно* больше, чем связанные с ними неудобства (например, более высокие цены, возникающие в результате устранения конкуренции розничных цен). Положения делают одну уступку по отношению к производителям, разрешая им официально запрещать розничным торговцам устанавливать цену на их продукты по принципу УБЫТОЧНОГО ЛИДИРОВАНИЯ (т. е. продавать продукты по ценам ниже затрат на их закупку).

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, РЕКОМЕНДУЕМАЯ РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА.

ЗАКОНЫ О ТОРГОВЫХ МАРКАХ (*Trade Marks Acts*) — см. ТОРГОВАЯ МАРКА.

ЗАКОНЫ О ТОРГОВЫХ ОПИСАНИЯХ, 1968, 1972 (*Trade Description Acts, 1968, 1972*) — два закона Великобритании, направленных на регулирование торговых описаний (инструкций). Закон 1968 г. запрещает прилагать ложные или вводящие в заблуждение описания ТОВАРА или УСЛУГИ и ложную или вводящую в заблуждение информацию, касающуюся цены ТОВАРА или УСЛУГИ. Выражение «торговое описание» определено широко и включает в себя, например, количество, размер, состав, пригодность для различных целей, эксплуатационные характеристики, прочность, точность, технологию, место и дату производства и т. д. Нарушители могут быть наказаны штрафом или тюремным заключением.

Закон 1972 г. требует, чтобы на некоторых импортируемых продуктах чётко обозначалась страна, в которой они были изготовлены.

См. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, РАСПОРЯЖЕНИЕ О НАЗНАЧЕНИИ ЦЕН.

ЗАКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА (closed economy) — экономика, не подверженная какому-либо влиянию со стороны МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ, т. е. такая экономика, в которой нет ни ЭКСПОРТА, ни ИМПОРТА какого бы то ни было рода. С целью изучения закрытой экономики можно упростить МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и сосредоточиться на анализе доходов и расходов внутри национальной экономики.

В модели кругооборота СОВОКУПНЫЙ СПРОС в закрытой экономике представлен следующим образом:

$$Y = C + I + G,$$

где Y — национальный доход; C — потребительские расходы; I — инвестиции; G — государственные расходы.

Открытая экономика, напротив, учитывает влияние импорта и экспорта, и совокупный спрос в кругообороте представлен уже как

$$Y = C + I + G + (X - M),$$

где X — экспорт, M — импорт.

«**ЗАКРЫТЫЙ ЦЕХ**» (closed shop) — требование, согласно которому все работники, занятые на данном рабочем месте или в ОРГАНИЗАЦИИ, должны быть членами определённого ПРОФСОЮЗА. «Закрытые цеха» часто навязываются сильными профсоюзами с целью ограничения предложения труда и повышения ставок заработной платы для их членов.

См. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ЗАЛОГ (collateral security) — АКТИВЫ, отданные ЗАЁМЩИКОМ в качестве обеспечения ССУДЫ, например право собственности на дом. В случае невозвращения заёмщиком ссуды КРЕДИТОР может потребовать эти активы в уплату за долг.

См. ДОЛГ, ДОЛЖНИК.

ЗАМЕЩЕНИЕ ИМПОРТА (import substitution) — стратегия, направленная на уменьшение количества импортируемых продуктов для того, чтобы стимулировать производство отечественных заменителей. Замещение импорта осуществляется обычно РАЗВИВАЮЩИМИСЯ СТРАНАМИ для того, чтобы содействовать отечественной ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ и сохранить скудные ресурсы ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ. Ограничивая или устраняя конкурирую-

щий импорт с помощью КВОТ, ИМПОРТНЫХ ПОШЛИН и т. д., страна стремится укрепить собственную промышленность, которая поначалу сможет обеспечить нужды внутреннего рынка, а в дальнейшем — и торговлю на ЭКСПОРТ.

См. МОЛОДАЯ ОТРАСЛЬ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

ЗАНЯТОСТЬ (employment) — использование ТРУДА в качестве ФАКТОРА в производстве товара или услуги.

ЗАПАЗДЫВАЮЩИЙ ИНДИКАТОР (lagging indicator) — статистический показатель, который, как вытекает из опыта, отражает более ранние перемены в смежной области экономики, вследствие чего может быть предсказан на основании информации об этих переменах, так как его изменение последует за переменами через сравнительно постоянный промежуток времени. Например, уровень безработицы и количество банкротств среди компаний имеют тенденцию изменяться с запаздыванием по отношению к изменению экономической активности, которое отражается в изменении ВВП, и, таким образом, безработица и банкротства могут быть предсказаны по изменениям ВВП.

См. ОПЕРЕЖАЮЩИЙ ИНДИКАТОР, ПРОГНОЗИРОВАНИЕ, АНАЛИЗ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ.

ЗАПАС (stock) — величина, значения которой соответствуют определённым моментам времени. Часто проводят аналогию между резервуаром, содержащим данный *запас* воды, и *потоком*, поступающим в резервуар и выливающимся из него каждую минуту. Ср. ПОТОК.

ЗАПАС КАПИТАЛА (capital stock) — чистое накопление физического запаса КАПИТАЛЬНЫХ БЛАГ (зданий, машин, оборудования и т. д.) фирмой, отраслью или всей экономикой на определённый момент времени (см. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ).

Наиболее часто используемые способы измерения ценности запаса капитала страны входят в статистику НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. В рамках последнего чистое накопление (которое может быть как положительным, так и отрицательным) получается путём вычета ПОТРЕБЛЕНИЯ КАПИТАЛА (см. АМОРТИЗАЦИЯ) из общей суммы частных и государственных расходов на капитальные блага. Наиболее адекватным показателем ценности запаса капитала, по мнению экономистов, является настоящая ценность потока доходов, порождаемого этим запасом. В более широком контексте величина запаса капитала страны имеет значительное влияние на темпы ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

См. НАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА, РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА, «УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА», ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, КАПИТАЛОЁМКОСТЬ.

ЗАПАСЫ (stock inventory) — часть АКТИВОВ фирмы в виде сырья, материалов, незавершенного производства и конечных продуктов. Запасы конечных продуктов необходимы для обеспечения их доступности потребителям. Запасы сырья, материалов и полуфабрикатов необходимы для предотвращения нарушений нормального хода производства (порождаемых нехваткой этих видов активов) и для обеспечения экономии при оптовых закупках.

Интенсивность, с которой фирмы накапливают и истощают свои запасы (см. УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ), влияет на колебания экономической активности (см. ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ). Хотя увеличение и уменьшение запасов происходит по тому же принципу АКСЕЛЕРАТОРА, что и колебания инвестиций в основной капитал, решение о конкретном уровне запасов не всегда удаётся реализовать полностью. Если спрос окажется меньше, чем ожидает производитель, то может произойти вынужденное инвестирование, так что запасы возрастают во время спадов делового цикла.

См. ИНВЕСТИЦИИ В ЗАПАСЫ.

♦**ЗАПЛАТИЛ И НЕСИ**♦ (продажа за наличный расчёт без доставки на дом) (cash and carry) — форма оптовой торговли, при которой покупатели (в подавляющем большинстве РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЦЫ) платят наличными деньгами за купленную продукцию и забирают её сами со склада.

См. КАНАЛ СБЫТА.

ЗАРАБОТАННЫЙ ДОХОД (earned income) — доход, начисляемый за выполненную работу (труд). Различие между заработанным и нетрудовым ДОХОДОМ проводится НАЛОГОВОЙ СЛУЖБОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ для облегчения оценки и сбора ПОДОХОДНОГО НАЛОГА. Заработанный доход включает в себя ЗАРАБОТНУЮ ПЛАТУ, ЖАЛОВАНИЕ, КОМИССИОННЫЕ И ПРИБЫЛИ индивидуальных собственников и членов товариществ. С другой стороны, *нетрудовой доход* представляет собой доход от ПРИРОДНЫМ РЕСУРСАМ и КАПИТАЛУ в форме ренты, дивиденда или ПРОЦЕНТА. Заработанный доход облагается обычно по прогрессивной шкале; начиная с необлагаемого налогом уровня дохода, ставка НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ прогрессивно увеличивается по мере роста уровня дохода через определённые интервалы.

Разграничение заработанного и нетрудового доходов не вытекает из экономической теории, поскольку можно сказать, что все ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА «зарабатывают» доход. Но и с точки зрения налогообложения это разграничение является спорным, по-

сколькó нетрудовой доход — результат инвестирования СБЕРЕЖЕНИЙ, сделанных из заработанного ранее дохода.

См. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ, ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА (wage) — оплата наёмного работника за использование его труда как фактора производства. Заработная плата обычно выплачивается еженедельно и зависит от почасовой ставки ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ и количества часов, составляющих рабочую неделю. Кроме того, наёмные работники могут увеличить свою заработную плату, работая на основе СВЕРХУРОЧНЫХ.

Помимо оплаты на основе отработанных часов (системы по-временной оплаты), наёмные работники могут оплачиваться пропорционально объёму произведённой ими продукции (в соответствии с системой сдельной оплаты).

На макроуровне заработная плата, будучи источником дохода, является частью НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

См. ЖАЛОВАНИЕ, ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ЗАРАБОТОК (earnings) — доход, получаемый факторами производства в форме ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, ЖАЛОВАНИЯ, КОМИССИОННЫХ, ПРИБЫЛИ, ДИВИДЕНДОВ и ПРОЦЕНТОВ.

ЗАРЕГИСТРИРОВАННАЯ БЕЗРАБОТИЦА (registered unemployment) — количество людей, зарегистрировавшихся на биржах труда или в центрах занятости как не имеющие работы и трудоспособные.

Количество регистрирующихся безработных зависит от того, осуществляются ли выплаты пособий по безработице и другого социального обеспечения только тем, кто зарегистрировался, или нет.

См. БЕЗРАБОТИЦА.

ЗАРЕГИСТРИРОВАННАЯ КОМПАНИЯ (registered company) — АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ, зарегистрированная в Великобритании РЕГИСТРАТОРОМ КОМПАНИЙ.

ЗАТОВАРИВАНИЕ (stockpiling) — накопление ЗАПАСОВ сверх требуемого количества. И внутренняя, и международная торговля зависит от функционирования сложных и взаимосвязанных линий поставки различных товаров — от сырья до конечных продуктов. Если нехватку товара (или узкое место), образовавшуюся в одном из звеньев цепи поставок ощутят фирмы, находящиеся в следующих звеньях, то они попытаются запастись этого товара намного больше, чем нужно, для надёжного удовлетворения их непосредственных потребностей. Затоваривание может произойти во многих сферах экономики, от за-

товаривания пищевыми продуктами и оружием в государственном секторе до накопления отдельными потребителями запасов продовольствия в предчувствии роста цен.

См. также РЕЗЕРВНЫЙ (БУФЕРНЫЙ) ЗАПАС.

ЗАТРАТНАЯ ИНФЛЯЦИЯ (cost-push inflation) — общий рост ЦЕН, вызванный увеличением стоимости ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА. Стоимость же факторов производства может расти из-за повышения стоимости сырья и энергии ввиду их дефицита в общемировом масштабе, или в результате действия КАРТЕЛЕЙ (например, нефтяного), или падения ВАЛЮТНОГО КУРСА страны (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ), или потому, что СТАВКИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ в экономике растут быстрее, чем объём выпуска на душу населения (ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ). В последнем случае такие институциональные факторы, как использование в ПЕРЕГОВОРАХ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ аргументов СОПОСТАВИМОСТИ и ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, а также устойчивость ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТРУДОВОЙ ПРАКТИКИ могут способствовать повышению заработной платы и ограничивают возможности роста производительности. Столкнувшись с ростом стоимости факторов, производители пытаются «передать дальше» возросшие затраты, назначая более высокие цены. Чтобы сохранить удельную валовую прибыль неизменной, производителям необходимо полностью компенсировать возросшие затраты вздуванием цен, но будут ли они в состоянии это сделать или нет, зависит от ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ на их продукцию.

См. ИНФЛЯЦИЯ, ИНФЛЯЦИОННАЯ СПИРАЛЬ, ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ.

ЗАТРАТНАЯ ЦЕНА (cost price) — ЦЕНА продукта, которая покрывает лишь ЗАТРАТЫ производства и обращения, когда УДЕЛЬНАЯ ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ равна нулю.

ЗАТРАТЫ (ИЗДЕРЖКИ) (cost) — ЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ и НЕЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ, осуществляемые фирмой в процессе производства своей продукции.

См. ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ, СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ, ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ, ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, ТОРГОВЫЕ ЗАТРАТЫ.

ЗАТРАТЫ «СТРАХОВАНИЕ—ФРАХТ» (cost-insurance-freight (с.и.ф.)) — затраты, возникающие при перевозке импортируемых и экспортируемых товаров из одной страны в другую. В рамках ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА эти затраты добавляются к исходным ценам импортируемых и экспортируемых товаров при расчёте суммарных потоков иностранной валюты.

См. ФОБ.

ЗАТРАТЫ ФАКТОРОВ (factor cost) — оценка произведённых товаров и услуг, рассчитываемая как стоимость использованных ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА (материалов, труда и т. д.), т. е. сюда не включаются никакие косвенные налоги или субсидии на продукты. Так, продукт, производство которого обходится (включая прибыль) в 10 ф. ст., облагаемый косвенным налогом в 1 ф. ст., будет иметь рыночную цену 11 ф. ст., а затраты факторов — 10 ф. ст.

См. ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА.

ЗАТРАТЫ ХРАНЕНИЯ (stockholding (inventory) costs) — затраты фирм, связанные с хранением ЗАПАСОВ конечных продуктов, незавершённого производства и сырья, с целью обеспечения своевременного обслуживания потребителей или предотвращения нарушений нормального хода производства, вызываемых нехваткой материалов. Затраты хранения включают в себя затраты на содержание складских помещений, страховку, потери, связанные с порчей и устареванием предметов хранения, а также процент на капитал, вложенный в запасы. Эти затраты примерно пропорциональны стоимости хранимых запасов, и для их снижения следует придерживаться невысоких уровней запасов.

С другой стороны, фирмы также несут затраты, связанные с размещением заказов и доставкой товаров на склад. К таким затратам относятся, например, затраты на переговоры с поставщиками (ресурсов), стоимость перевозки и разгрузки товаров, а также затраты на обеспечение контроля за этими товарами. Многие затраты на размещение заказов и обеспечение доставок не зависят от величины заказа.

В то же время, поскольку данные затраты большей частью являются постоянными затратами, фирма в целях их сокращения должна размещать крупные заказы через большие временные интервалы. Подобная политика может принести дополнительную выгоду в виде скидок при оптовой закупке. Однако если заказы делаются через большие временные интервалы, то запасы и, следовательно, затраты хранения будут велики. Поэтому следует поддерживать баланс между этими двумя группами затрат путём определения *экономического* или *оптимального количества заказов*, которое минимизирует общие затраты, связанные с запасами, а также путём принятия соответствующих мер по УПРАВЛЕНИЮ ЗАПАСАМИ для поддержания их объёма на требуемом уровне.

См. СИСТЕМА «ТОЧНО В СРОК».

ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ (consumer protection) — комплекс мер, принимаемых в Великобритании правительством и такими не-

зависимыми организациями, как Ассоциация потребителей, для защиты потребителей от нечестных методов ведения торговли, например ложного описания товаров, обвешивания и обмеривания, обмана с ценами и продажи дефектных товаров.

См. ЗАКОНЫ О ТОРГОВЫХ ОПИСАНИЯХ, 1968, 1972, ЗАКОН О МЕТРАХ И ВЕСАХ, 1963, ЗАКОН О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТЕ, 1974, РАСПОРЯЖЕНИЕ О НАЗНАЧЕНИИ ЦЕН, 1979, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, КОНСЬЮМЕРИЗМ.

«ЗАЯЦ» (free rider) — ПОТРЕБИТЕЛЬ, который сознательно преуменьшает свои потребности в отношении КОЛЛЕКТИВНОГО БЛАГА в надежде на то, что ему удастся получить этот продукт, не заплатив за него его полную экономическую цену.

Так, например, если несколько домохозяев собираются поменять покрытие на их общей частной дороге, то кто-то из них может сознательно преуменьшить ценность для себя дороги с новым покрытием, исходя из того, что другим домохозяевам всё равно придётся заплатить за смену покрытия на всей дороге и что поэтому он получит выгоду, ничего не заплатив за ремонт дороги.

«ЗЕЛЁНЫЕ» ПОТРЕБИТЕЛИ («green» consumers) — покупатели, руководствующиеся соображениями охраны окружающей среды при покупке продуктов. Например, типичный «зелёный» потребитель бензина предпочтёт купить марку, не содержащую свинца. Давление со стороны таких групп «зелёных» потребителей, как «Друзья Земли» или «Гринпис», в ряде случаев вынуждало компании переходить к методам производства и переработки отходов, снижающим уровень загрязнения среды.

См. КОНСЬЮМЕРИЗМ.

«ЗЕЛЁНЫЙ» ПРОДУКТ («green» product) — продукт, который разработан и изготовлен таким образом, чтобы минимизировать неблагоприятное воздействие на окружающую среду при его производстве, реализации и потреблении. Это предполагает использование обратимых материалов, биологически разлагаемых элементов и компонентов, таких как каталитические конвертеры в автомобилях, сокращающие содержание серы в выхлопах.

См. ПЕРЕРАБОТКА ОТХОДОВ, ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ.

ЗОЛОТО (gold) — денежный АКТИВ, образующий часть МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ страны и используемый для финансирования дефицита ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

Ранее многие страны действовали при системе ЗОЛОТОГО СТАНДАРТА, по которому золото использовалось в качестве базы ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ страны, так же как и для финансирования дефицита платёжного баланса. Постепенно, однако, «чистый» золотой стандарт уступил место внутренним денежным системам, основанным на применении бумажных денег и монет из других металлов, а в международном масштабе — на золотовалютном стандарте, при котором иностранные валюты, такие как фунт стерлингов и американский доллар, использовались наряду с золотом в качестве резервных активов.

В 1935 г. цена золота была зафиксирована на уровне 35 долларов США за унцию в рамках пакта, заключённого США, Великобританией и Францией. Эта цена впоследствии была официально принята странами — членами МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА (МВФ) при его создании в 1947 г. Золото использовалось как счётная единица в системе фиксированных валютных курсов МВФ при определении номинальной стоимости валют стран-членов, и эти страны должны были вносить одну четверть своей квоты в МВФ золотом. Золото по-прежнему являлось ключевым элементом системы МВФ, а его «официальная» цена оставалась неизменной на уровне 35 долларов США за унцию вплоть до 1971 г., когда система фиксированных валютных курсов МВФ уступила место системе плавающих валютных курсов. Страны, однако, находили всё более сложным поддерживать цену золота на уровне 35 долларов за унцию, так как спрос на золото в мире как на промышленный металл и предмет роскоши продолжал расти. В 1961 г. было заключено «золотое соглашение» для регулирования операций с этим металлом, но в 1968 г. члены МВФ склонились перед неизбежностью и установили «двухуровневую» структуру цен: золото продолжало оцениваться в 35 долларов за унцию для официальных сделок между центральными банками стран и МВФ, тогда как определение «свободной» рыночной цены золота было отдано рыночным силам.

В 1972 г. золото перестало быть счётной единицей МВФ и было заменено СПЕЦИАЛЬНЫМ ПРАВОМ ЗАИМСТВОВАНИЯ, золотые запасы МВФ были распроданы, и члены МВФ перестали вносить свои квоты в золото.

За пределами МВФ, однако, золото продолжало сохранять свой статус единственного наиболее важного компонента международных резервов. Привлекательность золота как резервного актива поддерживается благодаря тому, что, в отличие от национальных бумажных денег (которые не имеют внутренней стоимости), золото как товар имеет меновую ценность, связанную с его использованием в качестве промышленного металла

и предмета украшения. Золотые запасы, однако, проигрывают в сравнении с другими активами, такими как АКЦИИ, не принося, в отличие от последних, процентного дохода.

ЗОЛОТОВАЛЮТНЫЙ СТАНДАРТ (gold-exchange standard) — модифицированная версия «чистого» ЗОЛОТОГО СТАНДАРТА, в котором валюты, такие как ДОЛЛАР США, используются странами наряду с ЗОЛОТОМ для покрытия дефицитов ПЛАТЁЖНЫХ БАЛАНСОВ.

См. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ РЕЗЕРВЫ.

«**ЗОЛОТОЕ ПРИВЕТСТВИЕ**» (golden hello) — большая сумма денег, выплачиваемая новому директору или работнику компании, чтобы привлечь его к вступлению в эту компанию.

«**ЗОЛОТОЕ РУКОПОЖАТИЕ**» (golden handshake) — щедрое выходное пособие, выплачиваемое директору или работнику компании, уволенному ранее окончания срока его служебного контракта.

ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ (gold standard) — МЕЖДУНАРОДНАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА, в которой ЗОЛОТО образует основу внутреннего ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ стран и используется для финансирования МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ и дефицитов ПЛАТЁЖНЫХ БАЛАНСОВ.

При золотом стандарте ВАЛЮТНЫЕ КУРСЫ жёстко зафиксированы в золоте. Золотой стандарт был широко принят в XIX в. и просуществовал до начала 1930-х гг. Теоретически золотой стандарт обеспечивал автоматический МЕХАНИЗМ ПРИСПОСОБЛЕНИЯ для ликвидации платёжных дисбалансов между странами. Дефициты финансировались за счёт оттока золота из страны, приводившего к сокращению её денежной массы. Это, в свою очередь, снижало (см. ДЕФЛЯЦИЯ) внутренний уровень цен, делая ИМПОРТ относительно дороже, а ЭКСПОРТ относительно дешевле, сокращая тем самым объём импорта и увеличивая объём экспорта. Излишки финансировались за счёт притока золота в страну, приводившего к росту её денежной массы. Это, в свою очередь, повышало (см. ИНФЛЯЦИЯ) уровень цен, делая импорт относительно дешевле, а экспорт относительно дороже, приводя к падению объёма экспорта и увеличивая объём импорта. Таким образом, как дефициты, так и излишки устранялись, и восстанавливалось РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА. На практике, однако, страны обнаружили, что комбинация жёстко фиксированных валютных курсов и полного подчинения внутренней экономической политики внешней ситуации была слишком обременительной, и избрали более гибкие механизмы.

См. СИСТЕМА ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД.

ЗОЛОТООБРЕЗНАЯ ЦЕННАЯ БУМАГА, или **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОБЛИГАЦИЯ** (gilt-edged security or government bond), — ценная бумага (см. ОБЛИГАЦИЯ), выпущенная правительством как средство заимствования денег. Термин «золотообрезная» подчёркивает тот факт, что подобные ценные бумаги являются очень надёжным АКТИВОМ для вложения средств, так как правительства, как правило, кредитоспособны. Кроме того, власти, регулирующие денежное обращение страны, используют эти ценные бумаги в качестве средства регулирования ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

См. ОПЕРАЦИИ НА ОТКРЫТОМ РЫНКЕ.

ЗОНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (enterprise zone) — небольшой район, которому британское правительство предоставляет специальную финансовую помощь (например, стопроцентную инвестиционную налоговую скидку, освобождение от уплаты налогов и прочие льготы для инвестирующих фирм), чтобы стимулировать рост промышленности в нём.

Официально не являясь частью РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ, зоны предпринимательства, подобно районам развития, явно предназначены для того, чтобы «притягивать» новые инвестиции и создавать новые рабочие места.

ЗОНА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ 1 (free trade area) — форма ТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ между странами, которые в торговле между собой товарами и услугами снимают все ограничения (ТАРИФЫ и т. п.), но в то же время каждая страна-член в отдельности устанавливает собственные барьеры в торговле с остальным миром. Цель создания зоны свободной торговли — сохранить выгоды международной СПЕЦИАЛИЗАЦИИ, повысив тем самым реальный уровень жизни в странах-членах. Одним из примеров зоны свободной торговли является ЕВРОПЕЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

См. ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ, ЛАТИНОАМЕРИКАНСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ, СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ О СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛЕ.

ЗОНА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ 2, или **СВОБОДНЫЙ ПОРТ** (free trade zone or freeport), — специально отведённый участок в районе, непосредственно прилегающем к аэропорту или морскому порту, внутри которого ИМПОРТ товаров освобождается от импортной торговой пошлины (ТАРИФА) при условии, что товары эти предназначены для последующего ЭКСПОРТА либо в их исходной форме, либо в качестве промежуточных продуктов, входящих в состав конечных благ.

См. ТРАНЗИТНАЯ ТОРГОВЛЯ.

И

ИГРА С НУЛЕВОЙ СУММОЙ (zero-sum game) — ситуация в ТЕОРИИ ИГР, при которой участники игры соперничают за заданную сумму вознаграждения, в результате чего выигрыш для одного игрока является непосредственным ущербом для другого (других). Например, если две фирмы конкурируют друг с другом на рынке товара, находящегося в стадии зрелости, то общая сумма продаж не может быть увеличена. В итоге любая из этих двух фирм может увеличить свой объём продаж и долю рынка лишь за счёт своего конкурента.

ИЕРАРХИЯ (hierarchy) — ОРГАНИЗАЦИЯ экономической деятельности *внутри* фирмы. При определённых условиях реализацию экономических сделок берёт на себя внутрифирменная управленческая иерархия, заменяя собой РЫНОЧНЫЕ отношения.

См. ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ.

ИЗБЕГАНИЕ НАЛОГОВ (tax avoidance) — любые попытки налогоплательщиков вести свои финансовые дела таким образом, чтобы избежать уплаты НАЛОГА, максимально используя преимущества налоговых скидок и освобождения от уплаты налогов. Этим способом налогоплательщики могут минимизировать своё налоговое бремя, не нарушая закона. Ср. УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ.

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ (discretionary competition policy) — один из подходов к контролю СТРУКТУРЫ РЫНКА и РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ, заключающийся в индивидуальном рассмотрении каждого случая сливания, соглашения по ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ и т. д. с точки зрения их положительных или отрицательных сторон для определения их общего экономического эффекта.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, МОДЕЛЬ КОМПРОМИССА УИЛЬЯМСОНА, ИНТЕРЕСЫ ОБЩЕСТВА.

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА (regional selective assistance) — инструмент РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ Ве-

ликобритании, используемый для поощрения новых ИНВЕСТИЦИЙ в районах РАЗВИТИЯ и ПЕРЕХОДНЫХ ЗОНАХ. Региональная избирательная поддержка в форме денежных грантов потенциально доступна для *любой* фирмы, осуществляющей инвестиции в эти области. Тем не менее такая помощь предоставляется не всем — «избирательность» предполагает, что инвестиционный проект должен иметь хорошие шансы на окупаемость, что поддержка является жизненно важной для реализации проекта (т. е. без гранта проект не был бы реализован вообще или был бы реализован в очень малом масштабе) и что проект вносит свой вклад в экономику региона и страны. Размеры гранта определяются затратами постоянного капитала и количеством рабочих мест, которые проект должен создать или сохранить. Размер гранта устанавливается на минимальном необходимом уровне для реализации проекта. Конечно, этот механизм не исключает манипуляции, но является очень полезным для правительства как способ привлечения иностранных фирм.

ИЗБЫТОК РАБОЧЕЙ СИЛЫ (overmanning) — использование большего количества ТРУДА, чем необходимо для эффективного осуществления определённой экономической деятельности. Избыток рабочей силы может быть следствием плохой организации труда или ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТРУДОВОЙ ПРАКТИКИ, спровоцированной профсоюзами.

ИЗБЫТОК ТРУДА (lump of labor) — утверждение, что объём работы в экономике таков, что при уменьшении числа людей, необходимых для производства данного объёма продукта, БЕЗРАБОТИЦА должна расти. Из этого следует, что трудосберегающий технический прогресс неизбежно ведёт к росту безработицы.

Данное утверждение ошибочно по двум причинам: (а) в нём содержится допущение, что экономика уже производит все возможные продукты, в которых нуждается общество, и игнорируется тот факт, что труд, вытесненный из одной отрасли экономики, может быть передислоцирован для производства *большого* количества товаров и услуг в какой-либо другой сфере экономики; (б) технический прогресс создаёт свой собственный спрос, что ведёт к повышению ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ и уровня заработной платы, увеличивая, таким образом, покупательную способность в экономике, что, в свою очередь, порождает рост объёма выпуска и занятости.

ИЗБЫТОЧНАЯ МОЩНОСТЬ (excess capacity) — 1. Ситуация, когда фирма или отрасль имеет больше заводов, чем требуется в данный момент. Вследствие этого часть ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЩНОСТИ фирмы или отрасли остаётся бездействующей. Из-

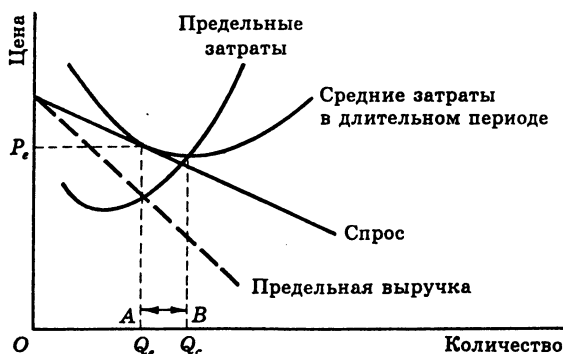


Рис. 34. Избыточная мощность. В условиях несовершенного рынка, создаваемых монополистической конкуренцией, точка равновесия (МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ) фирмы находится слева (Q_e) от точки минимума (Q_c) кривой средних затрат в длительном периоде, т. е. выпуск отрасли меньше, а затраты выше по сравнению с состоянием оптимума. Таким образом, «избыточная мощность» измеряется разницей между фактическим выпуском отрасли и выпуском, при котором минимизируются затраты этой отрасли (отрезок AB).

быточная мощность может быть результатом конъюнктурного (краткосрочного) или длительного (долгосрочного) падения спроса, а также чрезмерных инвестиций, осуществленных отраслью в новые предприятия, по отношению к долгосрочному потенциалу спроса. В последних двух случаях избыточная мощность может быть устранена либо путём усиления конкурентного давления (см. ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ), которое заставляет наиболее неэффективных производителей уйти из отрасли, либо путём реализации программ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ.

2. В экономической теории — характеристика затрат фирм, действующих на несовершенных рынках. Выпуск отрасли максимизируется (т. е. производственная мощность используется полностью), когда все фирмы производят продукцию в точке минимума их кривых средних затрат в длительном периоде (см. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ). Эффект монополистической конкуренции изображен на рис. 34.

ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (excess supply) — превышение объёма ПРЕДЛОЖЕНИЯ блага (OQ_2 на рис. 35) по сравнению с объёмом спроса на него (OQ_1) при фактической рыночной цене (OP). На конкурентном рынке по мере того, как производители конкурируют за сбыт излишков продукции, на цену будет ока-

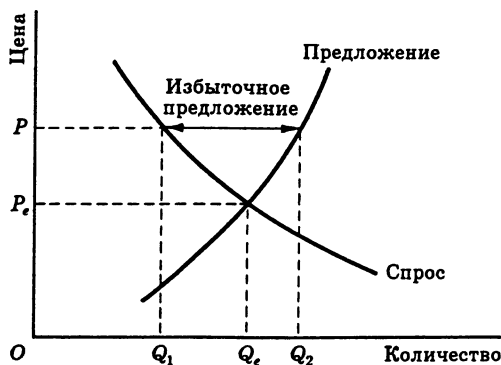


Рис. 35. Избыточное предложение.

зываются давление в сторону её понижения, но, если в рыночный процесс вмешивается государство, ситуация может сохраниться.

См. РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА, ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС, КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ, ПОДДЕРЖКА ЦЕН, ЕДИНАЯ АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА.

ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС, или **ДЕФИЦИТ** (excess demand or shortages), — ситуация, когда объём СПРОСА на благо (OQ_2 на рис. 36) превышает объём его ПРЕДЛОЖЕНИЯ (OQ_1) при фактической рыночной цене (OP). На конкурентных рынках на цену будет оказываться давление в сторону её повышения, отражающее дефицит блага. Если цена контролируется, избыточный спрос может сохраниться.

См. РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА, ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ.

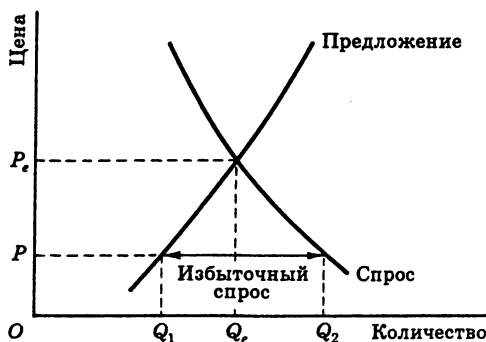


Рис. 36. Избыточный спрос.

ИЗВЕЩЕНИЕ О РАСЧЁТАХ (statement of account) — сообщение, периодически посылаемое поставщиком покупателю, в котором содержатся данные о стоимостном объёме поставленной продукции за месячный или другой период, а также о суммах задолженности покупателя за эту продукцию. Извещение высылается поставщиком через некоторое время после отсылки счёта-фактуры. Ср. НАКЛАДНАЯ.

ИЗДЕРЖКИ — см. ЗАТРАТЫ.

ИЗДЕРЖКИ ОБРАЩЕНИЯ (distribution costs) — ЗАТРАТЫ, связанные с обращением товаров. Включают в себя расходы на упаковку, транспортировку, а также складские расходы.

См. НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ.

ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ (consumer's surplus) — дополнительное удовлетворение или ПОЛЕЗНОСТЬ, получаемые потребителями благодаря тому, что фактическая цена, которую они платят за товар, ниже той цены, которую они были бы готовы заплатить (см. рис. 37). Излишек потребителя максимизируется лишь при СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ, когда цена определяется свободной игрой сил спроса и предложения на рынке и все потребители платят одинаковую цену. Но если рыночная цена устанавливается не силами спроса и предложения в конкурентных условиях, а максимизирующим прибыль монополистом, то возникающие вследствие этого уменьшения объёма производства и увеличение рыночной цены приводят к потере излишка потребителя, которая представлена на рис. 37 площадью заштрихованной фигуры PP_mXE . Если бы ДИСКРИМИНИРУЮЩИЙ МОНОПОЛИСТ мог назначать для каждой единицы товара отдельную цену, отражающую максимальную сумму, которую потребитель готов за неё заплатить, то он мог бы присвоить весь излишек потребителя в виде выручки от реализации продукции. Ср. ИЗЛИШЕК ПРОИЗВОДИТЕЛЯ.

См. УБЫВАЮЩАЯ ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ЧИСТЫЕ ПОТЕРИ.

ИЗЛИШЕК ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (producer's surplus) — дополнительные доходы, получаемые производителем благодаря тому, что цена на его товар выше той цены, по которой он готов поставлять этот товар на рынок.

Поскольку эффективность производства товаров у отдельных производителей неодинакова, установление рыночной цены, которая достаточна для того, чтобы оставить на рынке даже наименее эффективного производителя, одновременно приведёт к тому, что более эффективные производители будут иметь излишек.

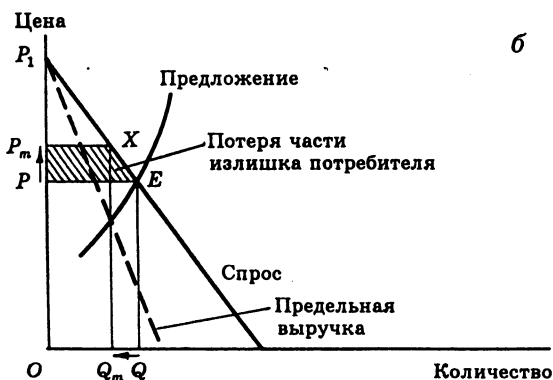
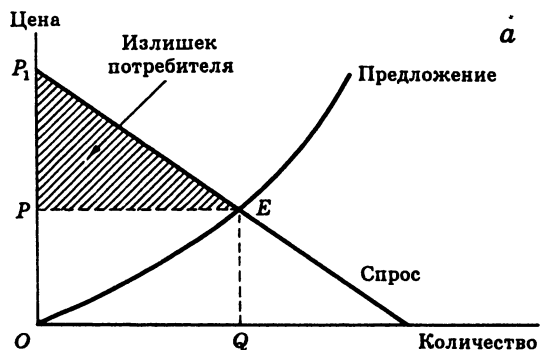


Рис. 37. Излишек потребителя. а. При равновесной цене OP полезность предельной единицы товара равна его цене; все же предыдущие единицы этого товара приносят полезность, превышающую сумму, уплачиваемую потребителем, ибо потребители готовы заплатить за эти промежуточные единицы больше рыночной цены. Суммарный излишек потребителя представлен заштрихованной площадью $RE R_1$. **б.** Потеря излишка потребителя в условиях монополии.

Излишек производителя аналогичен излишку потребителя и изображен на рис. 38, где OP_e — равновесная рыночная цена. В любой точке участка кривой предложения AE производители будут стремиться предлагать соответствующее количество продукта и продавать его по цене OP_e , выше той, по которой они были бы готовы продавать свою продукцию. Например, один производитель собирался продавать количество OQ_1 своей продукции по цене OP_1 , хотя фактическая цена продажи соста-

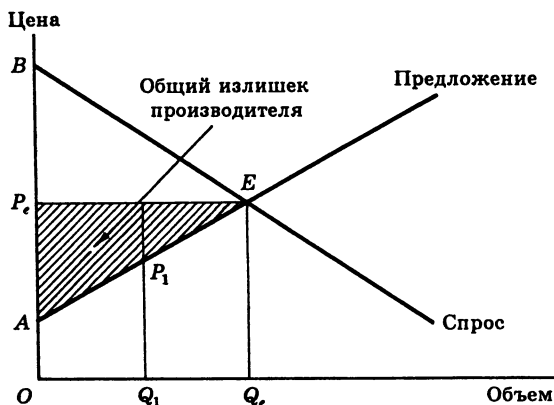


Рис. 38. Излишек производителя.

вила OP_e , что принесло ему излишек P_1P_e . Суммарное количество таких излишков обозначено заштрихованной областью AP_eE .

На рынке с СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ способны выжить только наиболее эффективные производители, и поскольку равновесная рыночная цена в длительном периоде достаточна только для покрытия затрат производителя (включая НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ), излишек производителя равен нулю. Наоборот, на рынках с несовершенной конкуренцией, например при ОЛИГОПОЛИИ, тенденция рыночных цен к превышению затрат позволяет производителям получать излишек.

ИЗМЕНЕНИЯ РАВНОВЕСНОЙ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ (changes in equilibrium market price) — повышение или понижение ЦЕНЫ, вызываемое сдвигом КРИВОЙ СПРОСА или КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. См. рис. 39.

См. СДВИГ КРИВОЙ СПРОСА, СДВИГ КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ИЗНОС (wear and tear) — постепенное уменьшение эффективности (и ценности) производственных активов из-за их постоянного использования.

См. АМОРТИЗАЦИЯ, ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА.

ИЗОБРЕТЕНИЕ (invention) — создание новой техники производства и производственных процессов, а также новых продуктов, которые могут быть превращены посредством ИННОВАЦИИ в пригодные для практического употребления новые процессы и продукты. Изобретения являются для фирмы важным средством повышения своей конкурентоспособности по отношению к дру-

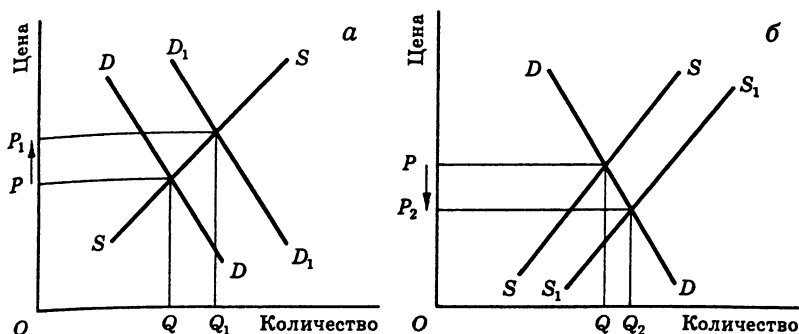


Рис. 39. Изменения равновесной рыночной цены. *а.* Если, при неизменном предложении, имеет место сдвиг кривой спроса с DD до D_1D_1 , то равновесная цена будет расти с OP до OP_1 . *б.* Если при неизменном спросе имеет место сдвиг кривой предложения с SS до S_1S_1 , то равновесная цена будет падать с OP до OP_2 .

гим производителям посредством снижения цен для потребителей и производителей и обеспечения потребителей более совершенными изделиями. Эти преимущества также увеличивают общую действенность рынка. Определённые виды структур рынка могут в большей степени способствовать внедрению изобретений в жизнь, поскольку они имеют лучшие стимулы и ресурсы для проведения исследований и разработок (для дальнейшего обсуждения см. монополия).

Следует также отметить, что изобретение может внести вклад в рост национального дохода и объёма выпуска (см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ) посредством качественного улучшения запаса капитала — инвестиции в новые технологии повышают производительность.

См. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, ПАТЕНТ.

ИЗОКВАНТА (isoquant curve) — кривая, демонстрирующая различные комбинации факторов производства, таких как труд и капитал, которые могут быть использованы для производства данного количества продукции при данном состоянии технологии (при условии, что факторы производства могут замещать друг друга в производственном процессе).

Если изокванта на рис. 40 отображает 100 единиц продукции, производимых за данный период времени, то любая точка этой кривой определяет комбинацию факторов, необходимых для производства 100 единиц продукции. Наклон изокванты отражает замещаемость одного фактора другим в производственном процессе (см. ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАМЕЩЕНИЯ).

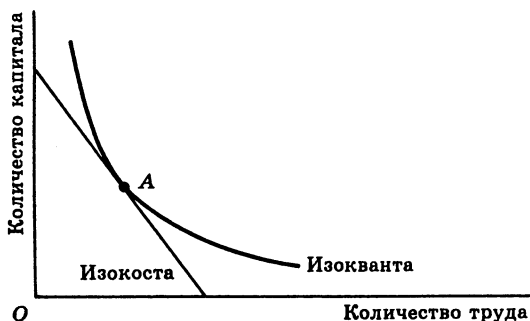


Рис. 40. Изокванта и изокоста.

Изокванты имеют отрицательный наклон, поскольку два ресурса могут быть замещены друг другом в процессе производства, так что уменьшение расхода одного из них компенсируется увеличением расхода другого. Изокванты выпуклы в направлении начала координат, так как, хотя ресурсы могут замещаться один другим, они не являются абсолютными заменителями, так что предельная норма технического замещения фактора X фактором Y убывает при движении по любой изокванте слева направо.

Изокванты имеют много общего с КРИВЫМИ БЕЗРАЗЛИЧИЯ: комбинации двух благ приносят одинаковое удовлетворение потребителю. Однако пока не существует способа измерения степени удовлетворения в физических единицах (можно только говорить о «вышей» или «низшей» кривой безразличия). В то же время можно измерить физический объём выпуска и говорить о том, насколько больше объём продукции, соответствующий одной изокванте, по сравнению с объёмом, соответствующим другой.

ИЗОКОСТА показывает комбинации двух затрачиваемых ресурсов, которые можно приобрести за одинаковую общую сумму денег. Её наклон отражает *относительные цены* факторов. Точка A , в которой изокванта касается изокосты, означает наиболее дешёвую по стоимости комбинацию факторов, необходимых для производства 100 единиц продукции.

См. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЛУЧ, ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ, ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ.

ИЗОКОСТА (isocost line) — линия, показывающая комбинации факторов производства, которые можно приобрести за одинаковую общую сумму денег.

См. ИЗОКВАНТА.

ИЗЪЯТИЯ, или **УТЕЧКИ** (withdrawals or leakages), — часть НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая не расходуется домашними хозяйствами на ПОТРЕБЛЕНИЕ отечественных товаров и услуг. В простой версии МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА весь доход, получаемый домашними хозяйствами, расходуется ими на текущее потребление. В расширенной модели кругооборота национального дохода некоторая часть дохода, получаемого домашними хозяйствами, сберегается, другая часть идёт на выплату налогов и ещё одна часть расходуется на потребление импортных товаров и услуг. Таким образом, СБЕРЕЖЕНИЯ, НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ и ИМПОРТ формируют изъятия, или утечки из потока доходов и расходов. Ср. ИНЪЕКЦИИ.

См. также СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ, СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ, СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ.

ИМПОРТ (import) — включает в себя следующие составляющие:

1) товар, который произведён за границей, а затем ввезён и продан на внутреннем рынке, что приводит к оттоку иностранной валюты из страны (видимый импорт);

2) услуга, предоставляемая стране-покупателю иностранными производителями либо внутри страны (банковские услуги, страхование), либо за границей (например, туризм), что также приводит к расходованию иностранной валюты (невидимый импорт);

3) капитал, инвестированный в страну в форме пакета ценных бумаг, прямых иностранных инвестиций в физическое имущество и банковские депозиты (импорт капитала).

Импорт важен в двух отношениях. (а) В совокупности с ЭКСПОРТОМ он формирует ТОРГОВЫЙ БАЛАНС страны. Импорт должен быть финансируван (оплачен) эквивалентной стоимостью экспорта для поддержки платёжного равновесия. (б) Импорт представляет УТЕЧКИ НАЛИЧНОСТИ из МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, ведущие к уменьшению реального дохода и выпуска (см. СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ).

С одной стороны, импорт выгоден, так как позволяет стране пользоваться преимуществами МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ (получать товары и услуги по более низким ценам), но, с другой стороны, импорт может быть и невыгодным, так как ведёт к сокращению дохода и выпуска. Поэтому очень важно поддерживать баланс между импортом и экспортом. Импорт выгоден при условии, что он покрывается экспортом, т. е. потери дохода от импорта компенсируются доходом, полученным от экспорта для того, чтобы поддержать уровень внутреннего дохода и выпуска. Как указано в (а), импорт должен финансироваться экспортом для сохранения РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

См. ПЛАТЁЖНЫЙ БАЛАНС, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ, ПРОНИКНОВЕНИЕ ИМПОРТА, ГРАФИК ИМПОРТА, ЗАМЕЩЕНИЕ ИМПОРТА, ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ.

ИМПОРТНАЯ ПОШЛИНА, или **ТАРИФ** (tariff, or import levy), — форма НАЛОГА, которым облагается ИМПОРТ. Существует два основных вида тарифов: (а) пошлина «ад валорем», которая взимается в процентном отношении к стоимости товара, (б) по-товарная пошлина, которая взимается в виде определённой суммы денег с физической единицы товара.

Тарифы используются для защиты отечественной промышленности от иностранной конкуренции и для увеличения доходов государства. Экономическое действие тарифа показано на рис. 41. Кривые DD и SS являются кривыми внутреннего спроса и предложения на товар X . В закрытой экономике, в условиях совершенной конкуренции, цена товара на внутреннем рынке будет равна OP_1 . Предположим, что в условиях открытой экономики цена этого отдельного товара на внешнем рынке равна OP_2 . Если спрос данной страны на товар X составляет такую незначительную часть общего спроса всех стран на этот товар, что не способен оказать влияние на его мировую цену, то в условиях СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ отечественная цена тоже будет равна OP_2 . При цене OP_2 потребление внутри страны составит Ob , а производство внутри страны Oa . Импорт будет разностью этих двух величин, равной ab .

Введение потоварного тарифа размером T вызовет повышение внутренней цены на ввозимые товары на величину тарифа до цены OP_3 . При цене OP_3 внутреннее потребление сократится с Ob до Od , внутреннее производство возрастет с Oa до Oc , а количество ввозимого товара уменьшится с ab до cd . Площадь $YZLM$ (стоимость импорта cd , умноженная на ставку тарифа P_2P_3) представляет собой доход государства от введения тарифа.

Хотя производители обложенного тарифом товара могут извлечь выгоды от увеличения своего предложения товара (от Oa до Oc), в целом действие тарифа должно снизить производственную эффективность экономики и благосостояние потребителей. Треугольник XYZ представляет потери производства в экономике. В условиях полной занятости ресурсов производство в защищённой тарифом отрасли может увеличиться только за счёт отвлечения ресурсов из других (незащищённых) отраслей, имеющих более высокую эффективность производства. Таким образом, в результате введения тарифа размещение некоторых ресурсов осуществляется менее эффективно. Тре-

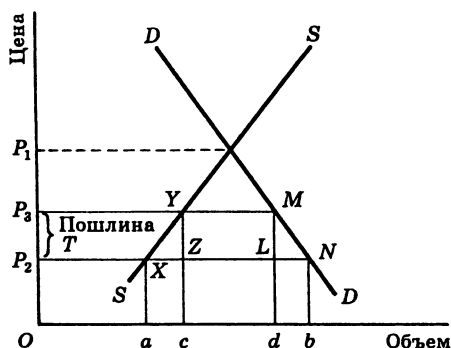


Рис. 41. Импортная пошлина.

угольник LMN представляет потери потребления (потери излишка потребителей) в обществе. В результате действия тарифа одни покупатели оказываются вынуждены перейти к потреблению менее предпочтительных товаров-заменителей, в то время как другие потребители, продолжая покупать этот товар, оказываются вынуждены теперь платить за него цену, которая превышает реальные экономические затраты на его производство.

Насколько будет эффективен тариф как средство защиты отечественной промышленности, зависит от эластичности спроса по цене для ввозимого товара. Если спрос на импортные товары имеет очень низкую эластичность по цене, то введение тарифа приведёт к незначительному уменьшению объёма импорта. В этом случае более эффективным способом защиты является квота, которая устанавливает максимально допустимое количество ввозимого товара в натуральном выражении.

См. также протекционизм, номинальный уровень защиты, эффективный уровень защиты.

ИМПОРТНАЯ ТАМОЖЕННАЯ ПОШЛИНА (import duty) — налог, взимаемый правительством с импортируемого товара (см. импорт). Импортные таможенные пошлины используются государством как источник дохода и как средство защиты отечественной промышленности от иностранной конкуренции.

См. импортные ограничения, протекционизм.

ИМПОРТНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ, или **ТОРГОВЫЕ БАРЬЕРЫ** (import restrictions or trade barriers), — различные способы ограничения импорта в страну, такие как тарифы, квоты, дополнительные импортные сборы, соглашения по ограничению

ЭКСПОРТА, ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ. Импортные ограничения используются в качестве средства защиты отечественной промышленности от иностранной конкуренции и способствуют устранению дефицита платёжного баланса. В целом импортные ограничения противоречат правилам ГЕНЕРАЛЬНОГО СОГЛАШЕНИЯ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ, но ГАТТ в некоторых случаях было бессильно воспрепятствовать им (см., например, МНОГОСТОРОННЕЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТЕКСТИЛЮ).

См. ПРОТЕКЦИОНИЗМ, РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

ИМПОРТНЫЙ ДЕПОЗИТ (import deposit) — определённая сумма денег (рассчитываемая как процент от общей стоимости товара), которую импортёр продукта (см. ИМПОРТ) должен выплатить правительству за ввоз товара на внутренний рынок прежде, чем товар будет распродан. Импортный депозит используется главным образом как средство устранения дефицита ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

См. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, ИМПОРТНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ.

ИНВАЛЮТА (forex) — сокращение от выражения «иностранная валюта».

См. ИНОСТРАННАЯ ВАЛЮТА, ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК.

ИНВЕСТИЦИИ (investment) — 1. Затраты на приобретение ЦЕННЫХ БУМАГ, таких как АКЦИИ 1 и АКЦИИ 2. Такие инвестиции называются *финансовыми*, или *портфельными*. ПОРТФЕЛЬ ценных бумаг создаётся физическими лицами, фирмами и финансовыми институтами, ожидающими получения прибыли в виде ПРОЦЕНТОВ или ДИВИДЕНДОВ, а также роста стоимости ценных бумаг.

2. Вложение капитала в приобретение физических АКТИВОВ, таких как здания, сооружения, оборудование (ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ) и ЗАПАСЫ (ИНВЕСТИЦИИ В ЗАПАСЫ) — *физические*, или *реальные*, инвестиции. В экономическом анализе термин «инвестиции» связывается именно с физическими инвестициями. Физические инвестиции создают *новые* активы и тем самым увеличивают производственные мощности страны, тогда как финансовые инвестиции только перераспределяют права собственности на *существующие* активы от одного субъекта к другому.

Для финансирования инвестиций необходимо выделение части текущего ПОТРЕБЛЕНИЯ (т. е. СБЕРЕЖЕНИЙ). Инвестиции являются одним из компонентов СОВОКУПНОГО СПРОСА и ВЛИВАНИЯМИ в кругооборот национального дохода (см. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА). При измерении НАЦИОНАЛЬНОГО

ДОХОДА вложение средств в ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА, такие как дороги, больницы и школы, предпринимаемое государством, считается частью ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ; таким образом, инвестиции обычно определяются как капиталовложения только частного сектора.

Различаются валовые и чистые инвестиции: (а) валовые инвестиции — это общий объём инвестиций в экономику в течение определённого периода времени (обычно 1 год); (б) чистые инвестиции — это валовые инвестиции за вычетом затрат на возмещение (ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА), т. е. инвестиций, необходимых для возмещения той части существующего запаса общественного капитала, которая выбывает из производства в текущем году (см. АМОРТИЗАЦИЯ).

Объём инвестиций зависит не только от уровня потребления капитала. При анализе национального дохода ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ и ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА являются важными определяющими уровня инвестирования.

Оценка предельной эффективности капитала/инвестиций, в свою очередь, зависит от уверенности деловых кругов и от ожиданий в отношении будущего спроса и, как следствие, использования мощностей. Изменчивость предпринимательских ожиданий в коротком периоде означает возможность сильных колебаний уровня запланированных инвестиций в основной капитал, что приводит к большим изменениям в спросе на капитальные блага (см. АКСЕЛЕРАТОР), а значительные колебания инвестиционной компоненты совокупного спроса приводят к ещё большим колебаниям уровня производства и занятости из-за эффекта мультипликатора (см. ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ).

Подобные соображения относятся и к инвестициям в запасы, когда величина запасов то растёт, то падает в зависимости от изменений предпринимательских ожиданий.

Долгосрочное значение инвестиций заключается в их вкладе в экономическое процветание. Строительство новых предприятий, ввод в эксплуатацию новых машин и оборудования, а также инвестиции в новые технологии и продукты дают возможность промышленности предлагать потребителям большее количество более сложных товаров и услуг, а инвестиции в общественные блага (образование, здравоохранение и т. д.) способствуют подъёму общего жизненного уровня.

На микроуровне инвестиционные решения фирмы зависят от прибыльности конкретных инвестиционных проектов и связанных с ними денежных потоков (см. ДИСКОНТИРОВАННЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК) и рассматриваются как часть УПРАВЛЕНИЯ КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЯМИ. Ср. ДЕИНВЕСТИЦИИ.

См. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ, НАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА, УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА, КАПИТАЛЬНЫЕ БЛАГА, ЗАПАС КАПИТАЛА, РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА, ГРАФИК ИНВЕСТИЦИЙ, АВТОНОМНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, ИНДУЦИРОВАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, ВАЛОВЫЕ ВНУТРЕННИЕ ИНВЕСТИЦИИ (ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ), ЗАГРАНИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, СТИМУЛЫ К ИНВЕСТИЦИЯМ, ОЦЕНИВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ, НОВООБРАЗУЮЩИЕ ИНВЕСТИЦИИ, ПРЕМИЯ ЗА РИСК.

ИНВЕСТИЦИИ В ЗАПАСЫ (inventory investment) — ИНВЕСТИЦИИ в сырьё, НЕЗАВЕРШЁННОЕ ПРОИЗВОДСТВО и запасы конечных продуктов. В противоположность ИНВЕСТИЦИЯМ в ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ инвестиции в запасы постоянно возобновляются в соответствии с динамикой производственного цикла. В течение этого цикла сырьё сначала покупается, затем оно переходит в состояние незавершённого производства, затем превращается в конечный продукт, после чего этот продукт продаётся.

Уровень инвестиций в запасы, производимых фирмой, зависит от прогнозов будущего спроса, определяющих производственный план; от объёма запасов, необходимых на период поставки сырья и продукции потребителям; от объёма страховых запасов на случай возникновения непредвиденных ситуаций. Фирма может минимизировать свои страховые запасы, заключая соглашения с поставщиками по принципу «ТОЧНО В СРОК».

Часто фирма обнаруживает, что фактический уровень спроса отличается от прогнозируемого, например он оказывается ниже, чем предполагалось, и запасы нереализованных товаров растут, т. е. происходят непредвиденные инвестиции в запасы. Или наоборот, фактический спрос превышает прогнозируемый, и запасы истощаются (непредвиденные дезинвестиции в запасы). Такие инвестиции и дезинвестиции в запасы обычно увеличиваются и уменьшаются в ходе ДЕЛОВОГО ЦИКЛА.

Необходимо добавить, что уровень, на котором *все* фирмы накапливают и распродают свои запасы, влияет на уровень экономической активности. Увеличение и уменьшение запасов происходят по тому же принципу АКСЕЛЕРАТОРА, что и инвестиции в основной капитал, так что крупные изменения в деловом доверии и ОЖИДАНИЯХ относительно будущего уровня спроса влияют на текущие решения, связанные с созданием запасов. Последние, в свою очередь, оказывают значительное влияние на уровень производства и занятости через эффект МУЛЬТИПЛИКАТОРА.

ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ (fixed investment) — любые ИНВЕСТИЦИИ в здания, машины, оборудование и другие КАПИТАЛЬНЫЕ БЛАГА длительного пользования.

Инвестиции в основной капитал для обеспечения общественных благ, таких как дороги, больницы и школы, предпринимаются центральным правительством и местными властями и входят в состав государственных расходов. На объём инвестиций в здания, машины и оборудование, осуществляемых частным сектором, влияют ожидания по поводу доходности этих вложений и стоимость капитала, необходимого для финансирования планируемых инвестиций.

Инвестиции составляют часть СОВОКУПНОГО СПРОСА и, таким образом, воздействуют на уровень экономической активности в коротком периоде; благодаря инвестициям в основной капитал развивается экономическая ИНФРАСТРУКТУРА и растёт ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ в длительном периоде.

В коротком периоде ожидаемая доходность инвестиций в какое-либо предприятие зависит от предположений по поводу будущих продаж и, следовательно, степени использования мощностей предприятия. Изменчивость деловых ОЖИДАНИЙ означает, что уровень планируемых инвестиций будет сильно колебаться во времени, приводя к большим изменениям спроса на капитальные блага (см. АКСЕЛЕРАТОР), т. е. значительные колебания инвестиционной компоненты совокупного спроса вызывают ещё большие колебания выпуска и занятости вследствие эффекта МУЛЬТИПЛИКАТОРА.

См. ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ, ИНВЕСТИЦИИ В ЗАПАСЫ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ.

ИНВЕСТИЦИИ НА ЗАМЕЩЕНИЕ (replacement investment) — ИНВЕСТИЦИИ для замены оборудования и сооружений фирмы или ЗАПАСА КАПИТАЛА ЭКОНОМИКИ, которые износились или устарели.

См. ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ (investment trust company) — финансовый институт, выпускающий свои собственные акции и специализирующийся на инвестициях в ЦЕННЫЕ БУМАГИ, главным образом в АКЦИИ корпораций, а также в государственные ценные бумаги с фиксированным процентом. Акции инвестиционных компаний продаются и покупаются на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ.

Акции таких компаний полезны малым инвесторам, которые хотят застраховаться от риска в большей степени, чем могут себе позволить, осуществляя прямые инвестиции в ограниченный набор ценных бумаг, или тем инвесторам, которым требуется профессиональное управление их инвестициями.

Инвестиционные компании в Великобритании представлены Ассоциацией инвестиционных компаний, которая действует в интересах своих членов при взаимодействии с другими организациями, такими как Комитет институциональных инвесторов и правительство. Инвестиции и фонды инвестиционных компаний регулируются Ассоциацией в соответствии со стандартами, установленными ЗАКОНОМ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ 1986 г.

См. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ, ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.
ИНВЕСТИЦИОННАЯ (КАПИТАЛЬНАЯ) НАЛОГОВАЯ СКИДКА

(capital allowances) — стандартные вычеты в НАЛОГООБЛОЖЕНИИ, связанные с затратами фирмой основного капитала в форме АМОРТИЗАЦИИ. Компания может придерживаться своих собственных норм амортизации основных средств, которые могут отличаться от установленных законом норм налоговых скидок. Нормы налоговых скидок могут также изменяться государством в качестве инструмента ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ с целью увеличения или уменьшения стимулов к ИНВЕСТИЦИЯМ.

См. КАПИТАЛЬНЫЕ БЛАГА, АМОРТИЗАЦИЯ.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ БАНК (investment bank) — банк, основная функция которого заключается в предоставлении долгосрочного акционерного и кредитного капитала промышленным компаниям.

См. ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ БАНК.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЦЕНТР (investment centre) — структурное подразделение фирмы, которое полностью независимо в осуществлении контроля над доходами и расходами фирмы (ЦЕНТР ОТВЕТСТВЕННОСТИ) и которое отвечает за увеличение капитала и долгосрочные инвестиции.

ИНДЕКС (index number) — величина, которая характеризует отношение значения переменной в рассматриваемом (текущем) периоде к её значению в некотором фиксированном периоде (см. БАЗИСНЫЙ ГОД). Например, для получения индекса розничных цен берут одинаковый набор товаров и услуг в каждом периоде и измеряют среднюю цену этой типичной потребительской корзины, представляя эту среднюю цену в форме индекса.

Индекс базисного периода принято считать равным 100. Для измерения Британского индекса розничных цен базисным периодом (в настоящее время) является 1987 год, и последующие процентные изменения начинаются с этого года. В 1992 г. индекс розничных цен составлял 139. Это означает, что розничные цены за период с 1987 г. по 1992 г. в среднем увеличились на 39%.

Независимо от того, является ли тот или иной индекс ценовым, объёмным или стоимостным, принцип индекса остаётся одинаковым и состоит в том, чтобы просто и доступно продемонстрировать измеренные изменения переменной от одного периода к другому.

См. ИНДЕКС ЦЕН, ИНДЕКСАЦИЯ, ИНДЕКСИРОВАННАЯ.

ИНДЕКС КУРСА АКЦИЙ (share price index) — индекс средних цен АКЦИЙ некоторых компаний, используемый в качестве показателя общего изменения курса акций. В Великобритании индекс всех акций газеты «Financial Times» отражает ежедневные изменения средних цен акций всех компаний, внесённых в списки на Лондонской ФОНДОВОЙ БИРЖЕ, тогда как индекс 30 акций «Financial Times» и индекс 100 акций «Financial Times» отражают изменения курсов акций ведущих компаний. В США изменения курсов акций отражаются индексом Доу-Джонса, а в Японии — индексом Никкеи.

Индексы курса акций отражают лежащие в их основе изменения прибылей и роста активов в корпоративном секторе. Они действуют как барометр уверенности инвесторов в хорошем состоянии промышленности и экономики в целом.

См. ИНДЕКС ЦЕН.

ИНДЕКС РОЗНИЧНЫХ ЦЕН (retail price index) — см. ИНДЕКС ЦЕН.

ИНДЕКС ХЕРФИНДАЛЯ (Herfindahl index) — показатель степени КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ на РЫНКЕ, рассчитываемый исходя из общего числа фирм на рынке и распределения их относительных размеров (доли от общепромышленного выпуска). См. таблицу.

Фирмы	Доли ведущих фирм в рыночном выпуске (%)					Коэффициент концентрации по 5 фирмам (%)	Число остальных фирм и рыночные доли каждой из них (%)		Индекс Херфиндаля
	1	2	3	4	5				
Рынок А	12	12	12	12	12	60	5	8	0.104
Рынок В	40	5	5	5	5	60	8	5	0.190

Индекс Херфиндаля (H) рассчитывается как сумма возведённых в квадрат долей фирм от общего объёма рынка. В таблице для рынка А индекс составил $H = 0.12^2 \cdot 5 + 0.08^2 \cdot 5 = 0.104$. Если все фирмы имеют одинаковые доли на рынке, то индекс Херфиндаля равен величине, обратной числу фирм. Следовательно, если на рынке действуют 10 одинаковых по размеру фирм, то $H = 0.1$. Верхняя граница индекса равна 1, она достигается в случае монополии. Таблица показывает, что концентрация рынка В

($H = 0.190$) с единственной доминирующей фирмой почти в два раза превышает концентрацию рынка A , несмотря на меньшее число фирм на последнем.

См. ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ.

ИНДЕКС ЦЕН (price index) — показатель изменения во времени ЦЕН отдельных товаров, услуг или финансовых активов. Один из общепризнанных индексов цен — *индекс розничных цен* (RPI), который измеряет средний уровень цен «корзины» товаров и услуг, приобретаемых конечным потребителем. Каждая составляющая индекса взвешивается согласно своей относительной значимости в общих потребительских расходах. Начиная с определённого БАЗИСНОГО ГОДА (значение индекса = 100) изменение цен отражается в индексе цен за определённый период времени. Так, если рассматривать в качестве примера британский *индекс розничных цен* (RPI), а базисным годом для него выбран 1987-й (индекс = 100), то в 1992 г. он был равен 139, что означает, что прирост цен между этими двумя годами составил в среднем 39%. Индексы цен могут быть использованы для измерения темпа ИНФЛЯЦИИ и в качестве ДЕФЛЯТОРА ВВП. Другим общеизвестным индексом является *индекс оптовых цен*, который отражает динамику стоимости «корзины» товаров, измеренной в оптовых ценах.

Подобным же образом используется ИНДЕКС КУРСА АКЦИЙ для измерения изменений цен на АКЦИИ во времени. Индекс УСЛОВИЙ ТОРГОВЛИ используется как показатель изменения средних цен ЭКСПОРТА по отношению к ИМПОРТУ во времени.

См. ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ, ОБСЛЕДОВАНИЕ СЕМЕЙНЫХ БЮДЖЕТОВ, ТОРГОВЫЙ ИНДЕКС.

ИНДЕКСАЦИЯ (indexation) — автоматическое регулирование ДОХОДА (например, заработной платы) или ценности (например, застрахованной ценности домашнего имущества), осуществляемое пропорционально изменениям общего ИНДЕКСА ЦЕН. Индексация обычно используется как средство компенсации постоянного роста цен (ИНФЛЯЦИИ).

См. БАЗИСНЫЙ ГОД, ИНДЕКСИРОВАННАЯ, ИНДЕКС.

ИНДЕКСИРОВАННАЯ (ПЕРЕМЕННАЯ) (index-linked) — определённая в соответствии с каким-либо индексом. Например, многие программы пенсионного обеспечения связаны с индексом розничных цен таким образом, что при увеличении год за годом розничных цен пенсии увеличиваются в той же пропорции. В результате их реальная ценность не уменьшается.

См. БАЗИСНЫЙ ГОД, ИНДЕКСАЦИЯ, ИНДЕКС, ИНДЕКС ЦЕН, РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СЕКТОР (personal sector) — часть экономики, связанная с действиями домашних хозяйств. Домашние хозяйства получают ДОХОД от поставок факторов производства другим секторам экономики и оказывают влияние на экономику в целом посредством своих расходов (ПОТРЕБЛЕНИЕ товаров и услуг) и СБЕРЕЖЕНИЙ. Индивидуальный сектор совместно с КОРПОРАТИВНЫМ СЕКТОРОМ и ФИНАНСОВЫМ СЕКТОРОМ составляют ЧАСТНЫЙ СЕКТОР. Частный сектор, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СЕКТОР и ИНОСТРАННЫЙ СЕКТОР формируют национальную экономику.

См. также МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ (indicative planning) — метод регулирования экономики, который включает в себя определение долгосрочных целей и разработку программ действия для достижения этих целей с использованием таких методов, как МОДЕЛЬ «ЗАТРАТЫ—ВЫПУСК». В отличие от ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ индикативное планирование действует через рынок (ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА), а не заменяет его. Наконец, процесс планирования сводит вместе обе стороны промышленности (профсоюзы и управленческие круги) и правительство.

Единственный случай опробования индикативного планирования в Великобритании имел место в 1965 г. при формировании НАЦИОНАЛЬНОГО ПЛАНА, в соответствии с которым целевой уровень темпов экономического роста Великобритании за период 1964—1970 гг. должен был составить 3.8% в год. В разработке этого плана принимали участие различные государственные органы (НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ и комитеты экономического развития отдельных отраслей промышленности) для обеспечения как национальной, так и межотраслевой координации. Однако национальный план был отменён в 1966 г. после того, как британская экономика была застигнута врасплох кризисом платёжного баланса, который привёл к вынужденным дефляционным мерам. При этом Национальный совет и комитеты экономического развития продолжали функционировать на менее формальной основе. Напротив, Франция и Япония использовали индикативное планирование в течение продолжительного времени, начиная с 1950 г.

См. ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА.

ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ (industrialization) — широкое развитие организованной экономической деятельности для нужд производства. Индустриализация характеризуется трансформацией преимущественно аграрной экономики в более специализированную и капиталоемкую экономику. Такая трансформация, имевшая место в Западной Европе и Северной Америке в тече-

ние XVIII–XIX вв., получила название *промышленной революции*. Ср. ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

ИНДУЦИРОВАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ (induced consumption) — часть увеличения или уменьшения общих расходов на ПОТРЕБЛЕНИЕ, которая вызвана изменениями уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА или РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА. Иными словами, расходы на потребление состоят из АВТОНОМНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ (расходы на потребление, не зависящие от дохода) и индуцированного потребления.

См. ГРАФИК ПОТРЕБЛЕНИЯ.

ИНДУЦИРОВАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ (induced investment) — часть увеличения или уменьшения реальных ИНВЕСТИЦИЙ, которая обусловлена изменениями уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Например, увеличение национального дохода сопровождается увеличением расходов на потребление, которые оказывают давление на существующие производственные мощности. Это давление стимулирует предпринимателей осуществлять инвестиции в новые средства производства.

См. АКСЕЛЕРАТОР, ГРАФИК ИНВЕСТИЦИЙ, АВТОНОМНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ.

ИННОВАЦИИ (innovation) — практическое усовершенствование и разработка ИЗОБРЕТЕНИЙ в области технологий (инновация производственных процессов) или в области изделий (инновация изделий). Инновации имеют важное значение для фирмы, поскольку укрепляют её конкурентные позиции по сравнению с другими производителями на данном рынке, повышая возможности ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА. Кроме того, инновации имеют значение для увеличения ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА, так как они снижают производственные затраты и повышают качество изделий. Определённые СТРУКТУРЫ РЫНКА могут в большей степени способствовать появлению инноваций, поскольку они предоставляют лучшие стимулы и ресурсы для осуществления ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК (подробнее см. МОНОПОЛИЯ). Инновация может быть длительным и дорогостоящим процессом. Например, процесс ксерокопирования был изобретён в 1948 г., последующие 10 лет были посвящены техническим разработкам, и лишь после этого на рынке появилось его первое коммерческое воплощение.

В более общем плане инновации способствуют ускорению ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

См. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА, ПАТЕНТ, ФИНАНСОВАЯ ИННОВАЦИЯ.

ИНОСТРАННАЯ ВАЛЮТА (foreign currency or foreign exchange) — валюта зарубежной страны, приобретаемая данной страной в обмен на свою национальную валюту. Иностранная валюта используется затем для финансирования МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ и ЗАГРАНИЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ, осуществляемых между этими двумя странами.

См. ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК, ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ.

ИНОСТРАННЫЙ СЕКТОР (foreign sector) — та часть ЭКОНОМИКИ 2, которая относится к сделкам с зарубежными странами. Иностранный сектор включает ИМПОРТ и ЭКСПОРТ товаров и услуг, а также ДВИЖЕНИЕ КАПИТАЛА, связанное с инвестиционными и банковскими операциями. Сальдо внешнеэкономических сделок воздействует на уровень и структуру внутриэкономической активности и на состояние ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА страны. Иностранный сектор вместе с ИНДИВИДУАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ, КОРПОРАТИВНЫМ СЕКТОРОМ, ФИНАНСОВЫМ СЕКТОРОМ и ГОСУДАРСТВЕННЫМ СЕКТОРОМ составляет народное хозяйство.

См. также МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ (institutional investors) — финансовые институты, собирающие СБЕРЕЖЕНИЯ и другие депозиты и производящие долгосрочные вложения (см. ИНВЕСТИЦИИ) в АКЦИИ 1 и АКЦИИ 2 компаний, государственные ОБЛИГАЦИИ, недвижимость и иностранные ценные бумаги. Инвестиционными институтами в Великобритании являются СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ, ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ, ИНВЕСТИЦИОННЫЕ КОМПАНИИ и ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ. Во многих других странах долгосрочными инвесторами являются также коммерческие банки. В большинстве таких стран основной исторической причиной тесной связи промышленных компаний с коммерческими банками был недостаток официальных ФОНДОВЫХ БИРЖ и доступность частного капитала физических лиц.

Инвестиционные институты быстро росли в Великобритании и других странах с 50-х гг. нашего века, поддерживаемые налоговыми льготами со стороны правительства для договоров по пенсионному обеспечению и по страхованию жизни, а также возможностями, которые финансовые институты обеспечивали, объединяя риски при вложении денег в различные ценные бумаги.

Институциональные инвесторы занимают сегодня видные позиции в ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЕ и формируют основной канал для направления частных сбережений в промышленные и коммерческие инвестиции, замещая прямые инвестиции отдельных физических лиц, имеющих сбережения. В Велико-

британии институциональные инвесторы владеют сегодня примерно 60% АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА британских компаний. Коллективные интересы инвестиционных институтов представляет Комитет институциональных инвесторов, который организует собрания с обсуждением проблем, представляющих общий интерес для его членов, а также действует совместно с другими организациями и правительством в интересах своих членов.

ИНТЕРЕСЫ ОБЩЕСТВА (public interest) — точка отсчёта, используемая при осуществлении политики в отношении КОНКУРЕНЦИИ (в Великобритании), чтобы определить, является ли отдельное действие или политика, проводимая производителем или группой производителей, либо изменение структуры рынка «плохими» или «хорошими» в смысле оказываемого ими воздействия на экономическую эффективность и на потребителя. Например, ясно, что если фирма устанавливает на продукт цену, которая приносит только «справедливую» прибыль, т. е. прибыль, достаточную для обеспечения эффективного предложения этого продукта (см. НОРМАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ), то эта фирма действует в интересах общества. Напротив, если фирма увеличивает свой доход за счёт потребителя, назначая завышенную цену, то это противоречит интересам общества (см. СВЕРХПРИБЫЛЬ). На практике, однако, интерпретировать данные достаточно трудно: например, низкая прибыль может свидетельствовать либо о консервативной ценовой политике, либо о факте общей неэффективности деятельности фирмы. Более того, существуют трудности, возникающие из-за того, что отдельные действия могут одновременно привести как к позитивным, так и к негативным последствиям. В этом случае требуется нахождение оптимального «компромиссного» критерия.

См. МОДЕЛЬ КОМПРОМИССА УИЛЬЯМСОНА, КОМИССИЯ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ, СУД ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТРУДОВОЙ ПРАКТИКЕ.

ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ (internalization) — 1. Включение оценки ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ (как отрицательных, так и положительных) в затраты или доход производителя этих эффектов. Интернализация создаёт условия для рыночного регулирования внешних эффектов и в идеале — установления их оптимального уровня. Существуют различные пути интернализации:

(а) чёткое закрепление прав собственности на все виды ресурсов. Теорема Коуза утверждает, что если ТРАНСАКЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ при этом пренебрежимо малы, то переговоры между производителем и получателем внешнего эффекта позволят до-

стичь оптимального (с учётом внешних эффектов) размещения ресурсов;

(б) обложение производителя внешнего эффекта налогом (так называемым налогом Пигу), по величине равным оценке создаваемого эффекта;

(в) объединение производителя и получателя внешнего эффекта в руках одного собственника (см. ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ 2).

2. Комбинирование двух или более родственных видов производства в рамках деятельности одной фирмы, в противоположность распределению этих видов производства отдельно по разным фирмам с последующим синхронизированием их посредством рыночных сделок (см. РЫНОК). Экономическая теория постулирует, что максимизирующие прибыль фирмы (см. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ) интернализируют последовательность операций в том случае, если в результате этого производственные затраты будут ниже, нежели в противном.

Наиболее типичным примером интернализации может служить ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, при которой родственные виды деятельности скомбинированы в технологической последовательности. В процессе вертикальной интеграции затратные преимущества увеличиваются: уменьшаются производственные затраты вследствие соединения последовательных производственных процессов (например, прокатных станов железа и стали для избежания повторного нагрева); исключаются ТРАНСАКЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ, возникающие в условиях несовершенных рынков (например, монопольные надбавки к ценам, устанавливаемые монополизированными поставщиками сырья, ненадёжность источников снабжения, ограничения рынка сбыта).

Концепция интернализации относится также и к ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ между многоотраслевыми фирмами и ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫМИ КОМПАНИЯМИ. В случае транснациональных компаний создание заводов за рубежом вместо прямых поставок продукции путём экспорта происходит из-за трансакционных затрат, порождённых такими формами несовершенств рынков, как ТАРИФЫ, КВОТЫ и валютный контроль, а также из-за того, что монопольные преимущества (запатентованный продукт, ноу-хау или уникальный продукт) могут быть лучше использованы и обеспечены посредством прямого контроля.

Принцип интернализации также относится к финансированию инвестиционных программ, осуществляемых диверсифицированными фирмами. Такие конгломераты способны переводить средства из одних своих производственных подразделений в главный орган управления, который затем перемещает их в другие производственные подразделения; для них отпада-

ет необходимость нести затраты на получение средств из внешних источников через фондовую биржу.

См. ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА.

ИНФЛЯЦИОННАЯ СПИРАЛЬ, или **СПИРАЛЬ «ЗАРПЛАТА—ЦЕНЫ»** (inflationary spiral or price-wage spiral), — самоподдерживающее увеличение темпа ИНФЛЯЦИИ, обусловленное взаимодействием роста цен на конечную продукцию и цен на ресурсы. Например, первоначальное резкое увеличение цен на товары и услуги, обусловленное повышением цен на сырьё, может привести к требованиям профсоюзов об увеличении ДЕНЕЖНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ для того, чтобы защитить жизненные стандарты их членов. Если эти требования будут выполнены, возросшие затраты на заработную плату скорее всего подтолкнут производителей поднять цены для сохранения прежнего уровня прибыли. Увеличение цен, в свою очередь, породит требование более высокой заработной платы, и т. д. Однажды начатое повышение цен и затрат имеет тенденцию к самоувеличению и обостряется ожиданиями дальнейшего их увеличения.

См. АДАПТИВНЫЕ ОЖИДАНИЯ, УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ/ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, ДЕНЕЖНАЯ ИЛЛЮЗИЯ, РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ.

ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ (inflationary gap) — избыток совокупных расходов (СОВОКУПНЫЙ СПРОС) при полной занятости (см. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ). При невозможности увеличивать уровень национального выпуска избыточный спрос вызывает увеличение цен, т. е. реальный выпуск остаётся неизменным, но денежная, или номинальная, ценность его будет повышена. В этой ситуации, чтобы устранить инфляционный разрыв, необходимо уменьшить совокупный спрос. Это может сделать государство, используя инструменты фискальной политики и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ. См. рис. 42.

ИНФЛЯЦИЯ (inflation) — повышение общего уровня цен в экономике, продолжающееся в течение некоторого периода времени. Ежегодные увеличения цен могут быть малыми и постепенными (ползучая инфляция) или большими и ускоряющимися (гиперинфляция). Темп инфляции может быть измерен, например, посредством индекса потребительских цен (см. ИНДЕКС ЦЕН), который отражает ежегодные процентные изменения цен на потребительские блага. См. рис. 43. Следует отметить, что инфляция уменьшает ПОКУПАТЕЛЬНУЮ СПОСОБНОСТЬ денег (см. РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ).

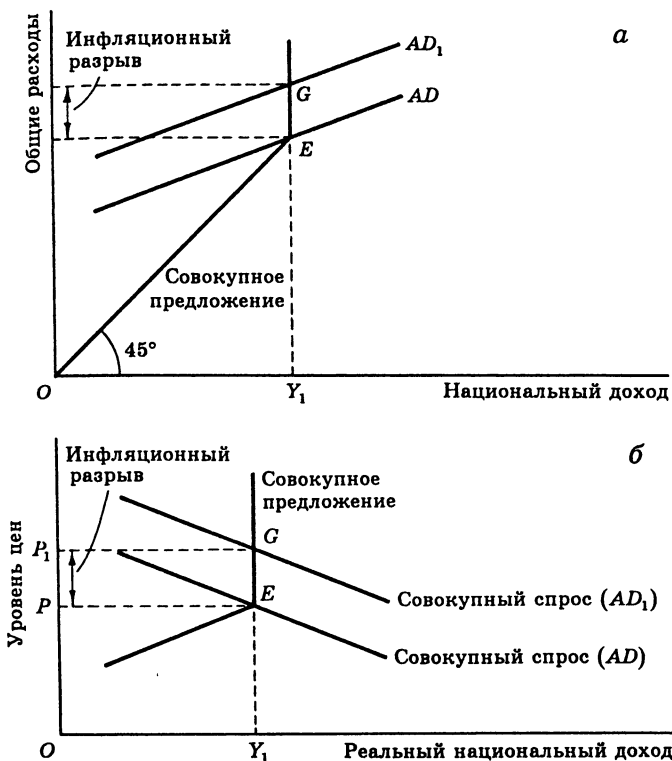


Рис. 42. Инфляционный разрыв. а. ГРАФИК СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ изображён в виде линии под углом 45° , так как фирмы будут планировать любой уровень выпуска только в том случае, если они предполагают, что совокупные расходы (СОВОКУПНЫЙ СПРОС) будут такими, что позволят продать всю произведённую продукцию. Однако если экономика достигает уровня национально-го дохода, соответствующего полной занятости (OY_1), то объём выпуска увеличить невозможно и на этом уровне линия совокупного предложения становится вертикальной. Если совокупный спрос находится на уровне, обозначенном линией AD , экономика будет функционировать на уровне полной занятости без инфляции (точка E). Однако если совокупный спрос находится на более высоком уровне, как AD_1 , этот чрезмерный совокупный спрос будет создавать инфляционный разрыв (равный EG), подтягивая цены вверх. б. В альтернативной модели, где совокупный спрос и совокупное предложение выражены показателями реального национального дохода и уровня цен, инфляционный разрыв выражается как разница между уровнем цен (OP), относящимся к уровню совокупного спроса при полной занятости (AD), и уровнем цен (OP_1), относящимся к более высокому уровню совокупного спроса (AD_1) при уровне реального национального дохода OY_1 . См. ИНФЛЯЦИЯ СПРОСА.

a

	Среднегодовой темп инфляции (%)	
	1965–1980	1980–1990
	1965–1980	1980–1990
Великобритания	11.2	5.8
США	6.5	3.7
Япония	7.7	1.5
Германия	5.2	2.7

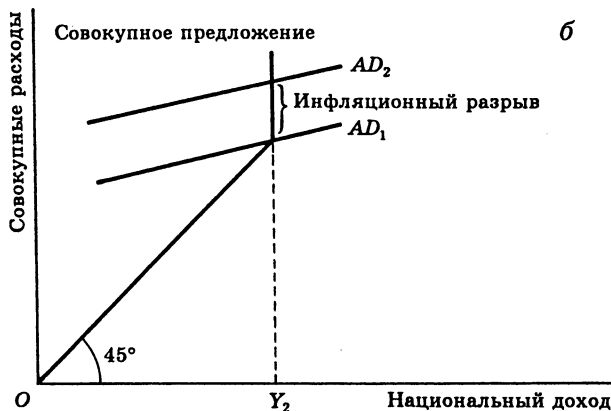


Рис. 43. Инфляция. *а.* Темпы инфляции в отдельных странах, 1965–1990. Источник: World Development Report, World Bank, 1992. *б.* В модели равновесного уровня национального дохода инфляция происходит тогда, когда совокупный спрос превышает уровень совокупного предложения при полной занятости (Потенциального валового национального продукта): равновесный национальный доход на рисунке равен OY_2 , и если совокупный спрос AD_2 превышает уровень совокупного спроса при полной занятости AD_1 , возникает инфляционный разрыв. Традиционные действия государства в этой ситуации сводятся к уменьшению совокупных расходов посредством дефляционных мероприятий фискальной политики и кредитно-денежной политики. Эти мероприятия приводят к уменьшению совокупного спроса с AD_2 до AD_1 .

Преодоление инфляции уже давно является одной из главных целей макроэкономической политики. Инфляция рассматривается как нежелательное явление: она неблагоприятно воздействует на распределение доходов (инфляция причиняет ущерб людям, имеющим фиксированный доход), кредитование и заимствование (кредиторы несут убытки, заёмщики извлека-

ют выгоду), увеличивает спекуляцию (отвлечение сбережений от производства на спекуляцию товарами и недвижимостью) и ухудшает конкурентоспособность в международной торговле (экспорт становится относительно дороже, а импорт — дешевле). Особенно опасна гиперинфляция, так как люди утрачивают доверие к деньгам как к средству обмена и экономическая система попадает в состояние, близкое к краху.

Существуют два основных объяснения причин инфляции: (а) наличие избыточного спроса при полной занятости, который подтягивает цены (ИНФЛЯЦИЯ СПРОСА); (б) увеличение стоимости ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА (труда и сырья), которое подталкивает цены (ЗАТРАТНАЯ ИНФЛЯЦИЯ).

Согласно концепции монетаристской школы (см. МОНЕТАРИЗМ), инфляция спроса обусловлена созданием избыточного количества денег. Монетаристы предлагают применять строгий контроль над ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ДЕНЕГ как средство уменьшения избыточных совокупных расходов (см. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА). Кейнсианская школа также пропагандирует политику сокращения совокупного расхода как способ сдерживания избыточного спроса, но предлагает осуществлять эту политику посредством увеличения налогов и уменьшения государственных расходов (см. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА). Инфляция затрат обусловлена в основном избыточным увеличением ставок денежной заработной платы (т. е. ставка заработной платы выше, чем то, что может быть реально оплачено за счёт увеличения темпов роста производительности труда) и происходящими время от времени резкими скачками цен на сырьё (яркой иллюстрацией этого может служить повышение цен на нефть, осуществлённое ОПЕК в 1973 и 1979 гг.). Инфляция затрат, обусловленная требованиями чрезмерного повышения заработной платы, может быть ограничена или устранена либо непосредственно введением контроля цен и доходов (см. ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ), либо косвенно, посредством «увещаний» и мер, направленных на уменьшение монопольной власти профсоюзов.

См. ИНФЛЯЦИОННАЯ СПИРАЛЬ, ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ, КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ/ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, АДАПТИВНЫЕ ОЖИДАНИЯ, КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ, ИНДЕКСАЦИЯ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

ИНФЛЯЦИЯ СПРОСА (demand-pull inflation) — рост общего уровня цен в результате превышения СОВОКУПНОГО СПРОСА по сравнению с потенциальным предложением в экономике. При уровне выпуска, соответствующем полной занятости (ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ

ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ), избыточный спрос подстёгивает рост цен, тогда как реальный выпуск остаётся неизменным (см. ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ). Согласно концепции МОНЕТАРИЗМА, избыточный спрос возникает из-за слишком быстрого роста ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

См. ИНФЛЯЦИЯ, КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ, ЗАТРАТНАЯ ИНФЛЯЦИЯ.

ИНФРАСТРУКТУРА (infrastructure or social overhead capital) — национальные автомобильные и железные дороги, дома, гостиницы, общежития, школы и т. д., созданные в результате ИНВЕСТИЦИЙ обычно со стороны центральных или местных властей. Понятие «инфраструктура» относится также к таким нематериальным активам, как квалифицированная рабочая сила, созданная посредством инвестиций в ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.

Инфраструктура играет важную роль в повышении общего уровня жизни в стране и способствует ускорению ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

ИНЪЕКЦИИ — см. ВЛИВАНИЯ.

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО (exclusive dealing) — практика, состоящая в следующем: производитель заключает со сбытовыми предприятиями контракты, в которых оговорено, что эти предприятия будут торговать только продукцией данного производителя в ущерб остальным конкурентам. В некоторых случаях исключительное дилерство может быть выгодным, приводя к снижению издержек обращения, но если эта практика осуществляется в отрасли несколькими крупными фирмами, то она может серьезно ограничить доступ мелких производителей и потенциальных конкурентов к существующим рынкам сбыта.

См. ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТОРГОВАЯ ПРАКТИКА, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ (shareholders' capital-employed) — АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ, первоначально инвестированный АКЦИОНЕРАМИ в АКЦИОНЕРНУЮ КОМПАНИЮ, плюс все накопленные РЕЗЕРВЫ, например нераспределённая прибыль, инвестируемая в развитие компании.

ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ (research and development (R&D)) — финансируемые фирмой научные исследования (и фундаментальные, и прикладные), а также усовершенствование и модификация исследовательских идей, нацеленные на разработку в конечном счёте коммерчески жизнеспособных технологий и продуктов. К исследованиям и разработкам относятся

как ИЗОБРЕТЕНИЕ (открытие новых методов и способов обработки и создание новых продуктов), так и ИННОВАЦИИ (доведение этих изобретений до коммерческой реализации).

Изобретение является действием «по вдохновению» и, таким образом, может осуществляться с ограниченным количеством ресурсов, инновации являются очень ресурсоёмкими. К существенным вложениям капитала, требующимся для проведения разработки и связанным зачастую с риском не получить в итоге товар, который пользовался бы спросом, более расположены большие фирмы, которые способны финансировать эти программы из текущей прибыли, а также уменьшать риск, осуществляя сразу ряд исследовательских проектов. Таким образом, можно утверждать, что рыночные структуры с монополией или олигополией больше способствуют осуществлению исследований и разработок, так как для них характерно образование СВЕРХПРИБЫЛИ. Тем не менее, хотя отдельный монополист обладает ресурсами для обеспечения исследований и разработок, у него могут отсутствовать стимулы для действительного их осуществления, так как его текущее положение на рынке устойчиво. В противоположность этому олигополисты обладают и ресурсами, и стимулами для осуществления исследований и разработок, так как разработки новых технологий, понижающих стоимость производства, и внедрение в производство НОВЫХ ПРОДУКТОВ являются зачастую решающим фактором в достижении КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ перед производителями аналогичной продукции.

Исследования и разработки могут быть также важным фактором в обеспечении более высоких темпов ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА. Поэтому с целью создания благоприятных условий для ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОГРЕССИВНОСТИ многие страны предоставляют временные ПАТЕНТЫ в качестве награды изобретателям.

См. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКЦИИ, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА.

ИСТОРИЧЕСКАЯ (ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ) СТОИМОСТЬ (historic cost) — цена АКТИВА (например, оборудования) на момент покупки. Для целей бухгалтерских расчётов актив заносится в БАЛАНС фирмы именно по этой цене. Однако следует учитывать, что стоимость замены актива из-за ИНФЛЯЦИИ может быть значительно выше первоначальной. Таким образом, АМОРТИЗАЦИЯ в период быстрого роста цен может быть неадекватной.

См. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ в УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ.

ИСТОЩИМЫЙ АКТИВ (wasting asset) — любой ПРИРОДНЫЙ РЕСУРС, такой, например, как каменный уголь или нефть, кото-

рый имеет конечный, но неопределённый срок существования, зависящий от темпа добычи.

См. АКТИВ.

ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА (national income accounts) — статистическое описание национальной экономики, отражающее её состояние в определённый период времени (обычно год). **НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД** представляет чистую стоимость всех товаров и услуг (**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ**), произведённых страной в течение года: он является удобным денежным измерителем экономической активности. Национальный доход на душу населения служит показателем уровня жизни в разные периоды времени и в разных странах.

Национальный доход может оцениваться тремя способами (см. схему ниже):

Продукт (добавленная стоимость)

Сельское хозяйство
Обрабатывающая промышленность
Строительство
Транспорт
Распределение
Банки и страхование
Здравоохранение, образование и т. д.

Доход

Зарботная плата и жалованье
Доход от самозанятости
Прибыль от торговли
Прибыль корпораций
Рента

Расходы

Потребительские расходы
Государственные расходы
Формирование постоянного капитала

= Валовой внутренний продукт

Общие внутренние расходы

+ чистый доход от собственности за границей

+ экспорт
- импорт

= валовой национальный продукт

- потребление капитала

= **НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД**

(а) *внутренним продуктом/выпуском* товаров и услуг, произведённых на предприятиях внутри страны (*метод расчёта ВВП по добавленной стоимости*), в который не включается стоимость импортированных товаров и услуг. Если к стоимости конечного продукта прибавлять стоимость промежуточных товаров и услуг, включённых в конечный продукт, то из-за такого «двойного счёта» значение выпуска продукции завышается. Чтобы избежать этого, учитывается только ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ, произведённая на каждой промежуточной ступени. Суммарная добавленная стоимость в различных секторах экономики (сельском хозяйстве, промышленности) представляет собой ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ. Если прибавить к нему чистый доход, полученный частными лицами за границей (чистый доход в форме процента, ренты, прибылей или дивидендов, поступающий гражданам страны от владения активами за рубежом), получается ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ;

(б) суммарным ДОХОДОМ резидентов страны, полученным от текущего производства товаров и услуг (*распределительный метод расчёта ВВП*). Подобные доходы носят название факторных доходов, так как они получены за предоставление факторов производства. В него не включаются ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ, например пособия по безработице или болезни, так как этим выплатам не соответствует производство каких-либо товаров или услуг. Сумма всех факторных доходов (зарботная плата, жалованье, доходы самозанятых) должна точно совпадать с валовым внутренним продуктом, так как каждая денежная единица цены произведённых товаров и услуг одновременно представляет денежную единицу дохода производителя этих товаров или услуг. Чтобы получить из валового внутреннего факторного дохода (= валовому внутреннему продукту) валовой национальный доход (= валовому национальному продукту), необходимо добавить чистый доход частных лиц от владения зарубежными активами;

(в) *совокупными внутренними расходами* резидентов страны на потребление и инвестиции (*метод расчёта ВВП по расходам*). Этот показатель включает расходы на товары и услуги (за исключением расходов на промежуточные товары и услуги), включая непроданные товары и услуги, переведённые в запасы (инвестиции в товарно-материальные запасы). Однако, с одной стороны, часть расходов резидентов направляется на импортные товары и услуги; с другой стороны, расходы нерезидентов на товары и услуги, произведённые резидентами, будут включаться в доход на фактор этих резидентов. Таким об-

разом, чтобы получить из совокупных внутренних расходов совокупные национальные расходы (= валовому национальному продукту), необходимо вычесть импорт и прибавить экспорт.

Все вышеописанные способы измеряют валовую денежную стоимость произведённых товаров и услуг — валовой национальный продукт. Однако в процессе производства этих товаров и услуг запас основного капитала страны подвергается износу. Таким образом, необходимо учитывать также чистую денежную стоимость произведённых товаров и услуг (учитывающую износ основного капитала или ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА) — ЧИСТЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ. Чистый национальный продукт носит название национального дохода.

На практике из-за трудностей сбора достоверных данных три указанных метода расчёта национального дохода дают разные результаты, так что расчёт необходимо дополнить определением погрешности, которая объясняла бы эти расхождения. К тому же, чтобы отразить разницу между денежным (номинальным) и реальным значениями (см. РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ) национального дохода, необходимо учитывать влияние ИНФЛЯЦИИ на ВВП, применяя ИНДЕКС ЦЕН, рассчитанный на основе всех конечных товаров и услуг, произведённых в экономике, — так называемый ДЕФЛЯТОР ВВП.

К

КАЗНАЧЕЙСКИЙ ВЕКСЕЛЬ (treasury bill) — ЦЕННАЯ БУМАГА, выпускаемая ЦЕНТРАЛЬНЫМ БАНКОМ страны как средство займа денег правительством на короткий период времени. В Великобритании трёхмесячные казначейские векселя выпускаются БАНКОМ АНГЛИИ с помощью УЧЕТНОГО РЫНКА. Большинство казначейских векселей вначале покупаются УЧЕТНЫМИ ДОМАМИ, а затем, как правило, продаются (с повышением цены) непосредственно КОММЕРЧЕСКИМ БАНКАМ, которые хранят их как часть своей ликвидной базы для поддержания кредитных операций.

Казначейские векселя составляют значительную часть НОРМЫ РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ коммерческих банков. Таким образом, органы, следящие за денежным обращением, используют казначейские векселя для регулирования ликвидной базы банковской системы, чтобы контролировать ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ. Например, если органы решают расширить предложение денег, они могут выпустить больше казначейских векселей, что увеличивает ликвидную базу банковской системы и вызывает многократное увеличение денежной массы на банковских счетах.

См. также СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ.

КАЗНАЧЕЙСТВО (Exchequer) — государственный орган в составе МИНИСТЕРСТВА ФИНАНСОВ Великобритании, отвечающий за сбор, хранение и выпуск правительственных финансовых ресурсов.

КАНАЛ СБЫТА (distribution channel) — путь, который проходит благо от производителя к конечному потребителю этого блага.

Функционально типичный канал сбыта можно разбить на три основные взаимосвязанные операции: производство (изготовление продукта); оптовая торговля (хранение больших ЗАПАСОВ и их дробление на розничные партии); розничная тор-

говля (продажа продукта конечному потребителю). См. ОПТОВИК, РОЗНИЧНЫЙ ТРГОВЕЦ.

Организационно эти функции могут выполняться фирмами, специализирующимися на отдельной стадии процесса, или могут комбинироваться (целиком или частично) и выполняться одной фирмой (см. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ). Привлекательными сторонами ИНТЕРНАЛИЗАЦИИ функции сбыта являются: сокращение ТРАНСАКЦИОННЫХ ЗАТРАТ, связанных с ведением дел на рынке, улучшение контроля и координации движения продуктов, создание различных преимуществ перед конкурентами (см. ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО, ЦЕНОВОЕ СЖАТИЕ) и более эффективный МАРКЕТИНГ продуктов.

Таким образом, в зависимости от традиций торговли, характера продукта и характеристик рынка сбыта, а также относительных затрат и эффективности использования различных посредников можно выделить ряд конфигураций каналов сбыта, как это показано ниже.

1. Производство (П) → оптовая торговля (О) → розничная торговля (Р) → покупатели.

2. П → $\boxed{ОР}$ → покупатели.

3. $\boxed{ПО}$ → Р → покупатели.

4. $\boxed{ПОР}$ → покупатели.

→ = самостоятельная функция.

$\boxed{}$ = интегрированная функция.

В строке 1 показана типичная структура канала, когда продукты перемещаются «на длину вытянутой руки», т. е. через независимых посредников на каждой отдельной стадии.

Другие варианты: (строка 2) розничное предприятие, такое как сеть СУПЕРМАРКЕТОВ, закупает продукцию у производителей оптом и само выполняет функцию оптовой торговли, интегрируя оптовые и розничные операции; производитель осуществляет одновременно производство и оптовую торговлю (строка 3) и продаёт затем продукцию независимым оптовым торговцам или объединяет в своей фирме все три функции (строка 4), продавая свои изделия непосредственно конечным потребителям. Кроме того, на некоторых стадиях могут использоваться агенты, основной функцией которых является установление новых деловых контактов.

Для многих продуктов система сбыта многомерна; используются различные модели в зависимости от того, на какой РЫНОК или сегмент РЫНКА идёт ориентация (см. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА).

КАПИТАЛ (capital) — вклад в производственную деятельность, осуществляемый ИНВЕСТИЦИЯМИ в *физический капитал* (например, в фабрики, офисы, машины, инструменты) и в *ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ* (например, в общеобразовательную и профессио-

нальную подготовку). Капитал — один из трёх основных ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, два других — ТРУД и ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ. Физический (и человеческий) капитал вносит значительный вклад в ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ.

См. ЗАПАС КАПИТАЛА, РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА, «УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА», НАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА.

КАПИТАЛОЁМКОСТЬ (capital-output ratio) — соотношение, показывающее, какое дополнительное количество КАПИТАЛА необходимо для производства одной дополнительной единицы ВЫПУСКА продукции или, наоборот, какое дополнительное количество выпуска продукции производится одной дополнительной единицей капитала. Капиталоёмкость показывает, насколько «эффективны» новые ИНВЕСТИЦИИ для ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА. Допустим, что капиталоемкость составляет 4 : 1, тогда каждые четыре дополнительные единицы ИНВЕСТИЦИЙ приведут к росту национального продукта на одну единицу. Если же капиталоемкость равна 2 : 1, то увеличение национального дохода на одну единицу будет порождено лишь двумя дополнительными единицами инвестиций.

См. НАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

КАПИТАЛОИНТЕНСИВНАЯ ФИРМА/ОТРАСЛЬ (capital-intensive firm/industry) — фирма или отрасль, которая производит товары или услуги, используя сравнительно большое количество КАПИТАЛА и сравнительно малый объём ТРУДА. Пропорции, в которых фирма использует труд и капитал в производстве, зависят, главным образом, от относительных цен на труд и капитал и их относительной производительности. А они, в свою очередь, зависят от степени стандартизации выпускаемого продукта. Когда стандартизованные продукты продаются в больших количествах, то можно использовать крупномасштабные капиталоемкие технологии производства, которые обуславливают ЭКОНОМИЮ ОТ МАСШТАБА. Примерами капиталоемких производств (отраслей) являются: выплавка алюминия, очистка нефти и производство стали.

См. МАССОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО, ФОНДОВООРУЖЕННОСТЬ.

КАПИТАЛООБРАЗОВАНИЕ — см. НАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА.

КАПИТАЛЬНЫЕ БЛАГА (capital goods) — *товары длительного пользования*, такие как станки и печи, которые используются в качестве ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА в производстве других продуктов, в противоположность товарам, продаваемым непосредственно потребителям.

См. КАПИТАЛ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ, ТОВАРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ.

КАПИТАЛЬНЫЕ ПОТЕРИ (capital loss) — убыток, возникающий, когда АКТИВ (дом, АКЦИЯ и т. п.) продаётся по более низкой цене, чем та цена, которая была за него первоначально заплачена. Ср. КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ.

КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ (capital gain) — излишек, возникающий, когда АКТИВ (дом, АКЦИЯ и т. д.) продаётся по цене, более высокой, чем та цена, которая была за него первоначально заплачена. При этом в связи с ИНФЛЯЦИЕЙ важно различать НОМИНАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ и РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ: большой капитальный выигрыш с учетом последствий инфляции может оказаться очень маленьким реальным приростом. Более того, в повседневной экономической деятельности необходимо обеспечить покрытие стоимости замены активов, которая может быть значительно выше ИСТОРИЧЕСКОЙ (ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ) СТОИМОСТИ этих активов.

См. НАЛОГ НА КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ, «КАПИТАЛЬНЫЕ ПОТЕРИ», ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ АКТИВОВ.

КАРДИНАЛИСТСКАЯ (КОЛИЧЕСТВЕННАЯ) ПОЛЕЗНОСТЬ (cardinal utility) — (субъективная) ПОЛЕЗНОСТЬ или удовлетворение, которые потребитель получает от потребления продукта, измеренные в *абсолютных* величинах. Таким образом, подразумевается, что можно измерить *точную* величину полезности, извлекаемой из потребления продукта. Ранее экономисты полагали, что полезность может быть измерена в условных единицах — ЮТИЛАХ. Однако поскольку была доказана невозможность создания точного измерителя кардиналистской полезности, эта идея была вытеснена в теории РАВНОВЕСИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ концепцией ОРДИНАЛИСТСКОЙ ПОЛЕЗНОСТИ.

См. УБЫВАЮЩАЯ ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ.

КАРТА БЕЗРАЗЛИЧИЯ (indifference map) — семейство упорядоченных КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ, которое графически описывает увеличение ПОЛЕЗНОСТИ, или удовлетворения, для индивида по мере продвижения от начала координат в направлении увеличения потребления двух благ. См. рис. 44. Кривые безразличия представляют порядковые меры, и числа на кривых безразличия на рис. 44 не отражают абсолютного уровня полезности. Кривые безразличия никогда не пересекаются, так как две пересекающиеся кривые подразумевали бы противоречивый или иррациональный выбор потребителя между двумя благами.

См. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК.

КАРТА ИЗОКВАНТ (isoquant map) — семейство упорядоченных ИЗОКВАНТ, которое графически представляет увеличение объема выпуска за данный период времени при движении от нача-

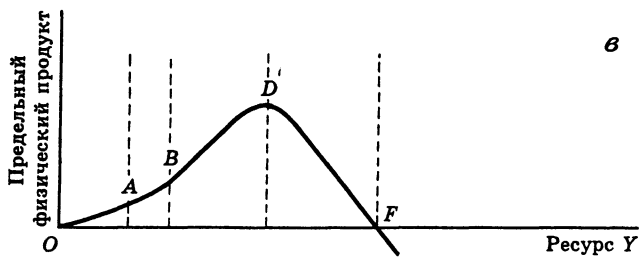
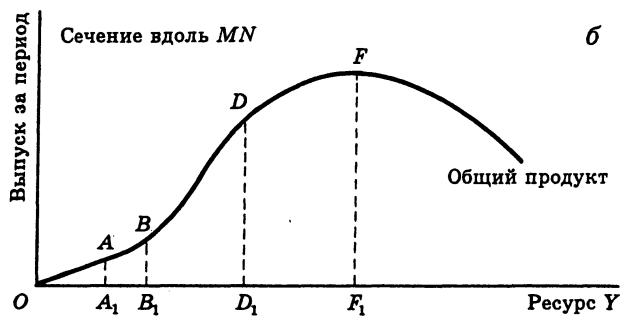
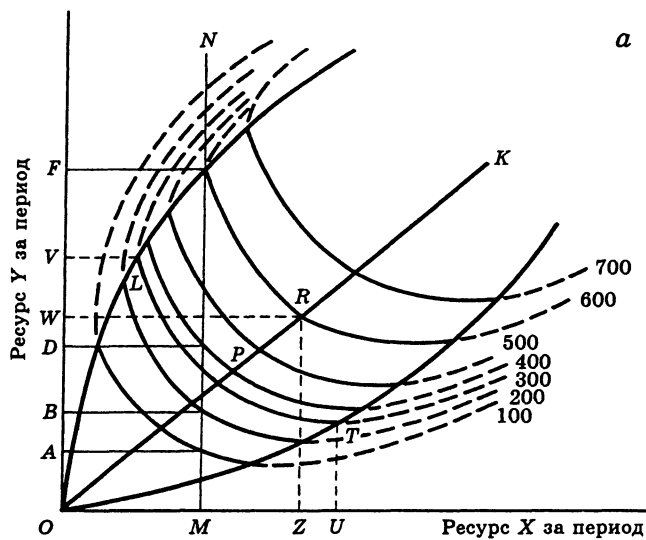


Рис. 45. Карта изоквант.

Боковые линии на рис. 45 ограничивают те участки изоквант, на которых фирмы будут делать выбор комбинаций ресурсов. Верхняя линия соединяет точки, в которых изокванты вертикальны, в то время как нижняя линия соединяет точки, в которых изокванты горизонтальны. Типичные соотношения между изоквантами можно продемонстрировать сечением «профиля» карты вдоль линии MN . Продвигаясь вверх от точки M , можно отметить тот объём продукта, который будет производиться при увеличении количества фактора Y и при данном количестве OM фактора X .

При движении вдоль линии MN не только происходит увеличение объёма выпуска, но и изменяется скорость этого увеличения выпуска. На рис. 45 при объёме выпуска BB_1 увеличение фактора Y приведёт к более чем пропорциональному увеличению объёма выпуска; при объёме выпуска DD_1 малое процентное увеличение использования фактора Y приведёт к пропорциональному увеличению объёма выпуска; при объёме выпуска FF_1 увеличение использования фактора Y приведёт к менее чем пропорциональному увеличению объёма выпуска. Этот пример носит название «закона соотношения переменных факторов производства» (см. ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА).

Можно прийти к аналогичным результатам, если рассмотреть изменение объёма выпуска при продвижении вдоль линии OK . Здесь при движении к точке K расстояние между изоквантами уменьшается до тех пор, пока не будет достигнута точка P . После этой точки расстояние между изоквантами постоянно увеличивается. Вдоль линии OK увеличивающееся количество переменных факторов X и Y сочетается с фиксированным количеством зданий и оборудования фирмы.

Кривая ПРЕДЕЛЬНОГО ФИЗИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ресурса Y , показанная на рис. 45б, получена путём дифференцирования из кривой общего продукта на рис. 45б. Когда количество используемого фактора Y увеличивается от OA_1 до OD_1 , предельный физический продукт растёт. Затем при дальнейшем увеличении фактора Y предельный физический продукт падает, становясь отрицательным, если применяется количество фактора Y , большее, чем OF .

КАРТЕЛЬ (cartel) — форма сговора группы производителей с целью полного или частичного уничтожения конкуренции между ними. Картели могут принимать различные формы. Например, производители могут создать одну общую организацию по сбыту, которая будет скупать продукцию у каждого производителя в отдельности по договорной цене, а затем реализовывать эту продукцию на основе координации. Ещё один вариант

заключается в том, что производители действуют на основе соглашения (см. СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ), в соответствии с которым устанавливается единая цена на их продукцию (что подавляет ценовую конкуренцию, но допускает конкуренцию между производителями за долю на рынке, использующую стратегию ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА. Более полная версия картеля включает в себя не только установление единых цен и совместный сбыт, но и ограничение производства путём назначения квот на объём выпуска для отдельных производителей и скоординированного регулирования производственных мощностей (т. е. устранение излишка производственных мощностей или их наращивание на основе координации).

Картели обычно создаются или с целью использования объединённой рыночной власти производителей для получения монопольной прибыли, или как средство защиты от ожесточённой конкуренции, приводящей к убыткам, часто используемое в периоды низкого спроса (так называемый «кризисный картель»). В первом случае орган центрального управления может определять цену и объём выпуска отрасли, а также квоты на продукцию каждого отдельного члена картеля таким образом, чтобы ограничить суммарный объём производства в отрасли и максимизировать совместные прибыли данной группы. Цена и объём выпуска, таким образом, будут установлены приблизительно на таком же уровне, что цена и объём выпуска максимизирующего прибыли монополиста. См. рис. 46.

Есть ряд факторов, определяющих успех деятельности картеля. Прежде всего, это участие всех основных производителей данной продукции и их полное согласие с политикой картеля. Неучастие некоторых ведущих производителей в картеле и «обман», практикуемый отдельными членами картеля, вместе со способностью покупателя «переключаться» на продукты-заменители могут подорвать контроль картеля над ценой. Во многих странах, особенно в США и странах Европейского сообщества, законодательно запрещены картели, связанные с фиксированием цен, делением рынка и ограничением объёма выпуска и производственных мощностей.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАН — ЭКСПОРТЁРОВ НЕФТИ (ОПЕК).

КАЧЕСТВО (quality) — совокупность свойств ТОВАРА или УСЛУГИ, которые удовлетворяют требованиям покупателей или заказчика. Материалы, из которых изготовлен продукт, дизайн и устройство продукта, технические характеристики и надёж-

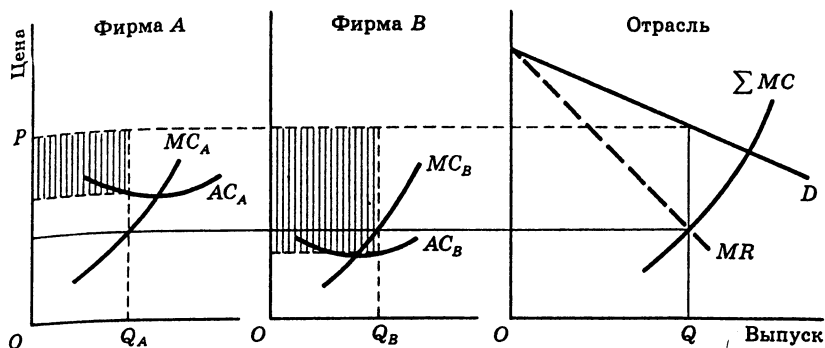


Рис. 46. Картель. D — кривая спроса на продукцию отрасли, показывающая, какое количество продукции картель может продать по той или иной цене; MR — кривая предельной выручки отрасли. Кривая предельных затрат отрасли ΣMC получена из кривых предельных издержек отдельных фирм, объединившихся в картель. При любом объеме выпуска отрасли картелю необходимо распределить объем выпуска между фирмами — членами картеля на основе их индивидуальных предельных затрат таким образом, чтобы добиться наименьших совокупных затрат на производство данного объема продукта.

С целью максимизации прибыли отрасли картель устанавливает цену OP и выпуск продукции OQ . Квоты Q_A и Q_B , предоставленные соответственно фирмам А и В, определяются пересечением горизонтальной линии, полученной из пересечения MR и ΣMC (линии совокупных предельных затрат) с кривыми MC_A и MC_B .

Прибыль каждой фирмы можно рассчитать, умножив количество произведенных единиц продукции на разницу между ценой отрасли и средними затратами фирмы при этом объеме выпуска.

Совокупная прибыль затем распределяется среди фирм — членов картеля в соответствии с согласованным способом, но необязательно пропорционально вкладу каждой фирмы. Разногласия по поводу разделения совокупной прибыли часто приводят к распаду картеля.

Другие, более слабые, формы картеля, типа ОРГАНИЗАЦИИ СТРАН — ЭКСПОРТЕРОВ НЕФТИ, определяют совместно лишь цену отрасли, не контролируя квоты объемов выпуска.

ность — всё это важные составляющие качества, которые в конечном счёте заставляют потребителя совершить покупку этого продукта и покупать его в дальнейшем.

Качество продукта является важным способом ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА, позволяющим фирмам добиваться ПРИВЕРЖЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ К ТОРГОВОЙ МАРКЕ и КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ перед поставщиками аналогичной продукции.

См. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА.

КВАЗИ-РЕНТА (quasi-rent) — см. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА.

КВАЛИФИКАЦИЯ (skill) — любой набор знаний, которым владеет человек, хотя в контексте найма на работу под этим термином часто понимается совокупность знаний и профессиональных навыков среди работников физического труда. РАБОТА или рабочие задания часто подразделяются на квалифицированные, полуквалифицированные и неквалифицированные в соответствии с уровнем квалификации, требуемым для их выполнения.

Ключевым фактором в повышении квалификации являются инвестиции в ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ПОДГОТОВКУ. Под последним термином понимается как предоставление общеобразовательных навыков и знаний государственными службами, так и, в более узком смысле, обучение «без отрыва от производства» либо осуществление профессиональной переподготовки государственными или частными структурами.

Общий уровень квалификации РАБОЧЕЙ СИЛЫ фирмы является важным фактором роста ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ. С более общей точки зрения квалификация рабочей силы, как составная часть ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА, способствует достижению более высоких темпов ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

КВОТА (quota) — административное средство ограничения (а) выпуска или (б) торговли.

(а) В соответствии с соглашением производителей, организовавших КАРТЕЛЬ, каждый из них может производить ограниченный выпуск. В картеле квоты используются для установления монопольных цен посредством ограничения общего выпуска фирм по отношению к рыночному спросу.

(б) Согласно торговой системе квот, правительство непосредственно ограничивает объём допустимого ИМПОРТА до некоторого максимального уровня (*квота импорта*), чтобы защитить отечественную промышленность от иностранной конкуренции. Как средство протекционизма, квота гораздо более эффективна, чем ТАРИФЫ, особенно когда спрос на импорт имеет низкую эластичность по цене (в последнем случае увеличение цен импортируемых благ почти не оказывает воздействия на объём импорта). В этих случаях единственный надёжный способ ограничения импорта — контроль объёма.

См. также ПРОТЕКЦИОНИЗМ.

КЕЙНС, ДЖОН МЕЙНАРД (1883–1946) (Keyness, John Maynard) — английский экономист, предложивший своё объяснение массовой БЕЗРАБОТИЦЕ и рекомендации для проведения государственной политики на борьбу с ней в своей знаменитой книге «Общая теория занятости, процента и денег» (1936). До Кейнса КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ утверждала, что ры-

ночная экономическая система самопроизвольно стремится к полной занятости ресурсов, поскольку обменный механизм обеспечивает равновесие спроса и предложения (ЗАКОН СЭЯ). Поэтому представители классической школы были уверены, что спады деловой активности должны ликвидироваться сами собой, так как падение процентной ставки под давлением накопленных сбережений побуждает бизнесменов брать больше кредитов и инвестировать. Падение ставок заработной платы сокращает затраты на производство, позволяя предпринимателям нанимать больше рабочих. Поразившие Кейнса глубина и продолжительность всемирной ДЕПРЕССИИ, имевшей место в межвоенный период, заставили его искать иные объяснения рецессии.

Кейнс отмечал, что политэкономы классической школы занимались относительными долями различных факторов производства в национальном продукте, а не силами, определяющими уровень общей экономической активности, вследствие чего их теории ценности и распределения относятся к частному случаю — к полной занятости. Сосредоточив своё внимание на агрегированных показателях, таких как НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД, ПОТРЕБЛЕНИЕ, СБЕРЕЖЕНИЯ и ИНВЕСТИЦИИ, Кейнс разработал общую теорию, объясняющую формирование уровня экономической активности. Он утверждал, что нет никакой гарантии, что сбережения будут накапливаться во время депрессии и работать на снижение процентных ставок, так как сбережения зависят от дохода, а при высоком уровне безработицы доходы низки.

Далее он подчёркивал, что инвестиции зависят прежде всего от уверенности предпринимателей, которая во время депрессии может быть настолько низкой, что даже снижение процентных ставок не повлечёт за собой увеличения инвестиций. Наконец, он считал, что уровень заработной платы вряд ли может сильно упасть во время депрессии из-за своей «жесткости», но даже если она упадёт, это лишь обострит депрессию, сократив потребление.

Кейнс видел причину депрессии в уменьшении СОВОКУПНОГО СПРОСА. Поскольку не существует какого-либо автоматического стимула к росту спроса, по мнению Кейнса, необходимо вмешательство государства для повышения спроса и выхода из депрессии. Кейнс предлагал, чтобы государство стимулировало потребление, подбрасывая деньги в карманы потребителей, сокращая налоги и, таким образом, увеличивая покупательную способность населения, либо непосредственно повышая государственные расходы, создавая дополнительный совокупный спрос.

См. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (Keynesians economics) — взгляды Кейнса на функционирование экономической системы, развитые и дополненные его последователями.

Многое из того, что сегодня называют кейнсианской экономической теорией, имело своей отправной точкой книгу Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег» (1936). Кейнс дал развитию экономической науки новое направление, а также объяснил явление массовой безработицы, столь значительное в 1930-е гг. До Кейнса экономическая теория основывалась прежде всего на теории, ныне называемой МИКРОЭКОНОМИКОЙ. Кейнс переключился с характерного для классической школы сосредоточения на отдельных ценах и рынках и индивидуальных функциях спроса на анализ агрегированных показателей, введя новые концепции, такие как ФУНКЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ.

Экономисты классической школы полагали (и эта точка зрения официально поддерживалась органами, регулирующими денежные потоки в стране, до тех пор, пока они не приняли аргументацию Кейнса), что ПОЛНАЯ ЗАНЯТОСТЬ является результатом бесперебойной работы ЭКОНОМИКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. Если возникает БЕЗРАБОТИЦА, ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА должна падать (вследствие конкуренции на рынках труда) до такого уровня, при котором занятость снова восстанавливается (с неоклассической точки зрения предельная производительность труда должна быть больше или равна его предельным затратам). Кейнс допускал возможность существования «жёстких» ставок заработной платы и таким образом объяснил то, что было немыслимо для классиков и неоклассиков, а именно достижение общего экономического равновесия при неполной занятости.

Кейнс утверждал, что ДОХОД зависит от уровня занятости. Связь между доходом и ПОТРЕБЛЕНИЕМ определяется СКЛОННОСТЬЮ К ПОТРЕБЛЕНИЮ.

Таким образом, потребление зависит от взаимосвязанных функций дохода и занятости. Ожидаемые расходы на потребление и ИНВЕСТИЦИИ получили название СОВОКУПНОГО СПРОСА, и в ситуации равновесия они равны СОВОКУПНОМУ ПРЕДЛОЖЕНИЮ. Кейнс считал, что в случае равновесия уровень занятости зависит от совокупного предложения, склонности к потреблению и объёма инвестиций. Уровень занятости, следовательно, может вырасти как при повышении склонности к потреблению, так и при росте объёма инвестиций, т. е. возросший спрос на потребительские товары и средства производства ведёт к увеличению предложения. Растущее предложение приводит к более высокому уровню занятости.

Сложность сокращения заработной платы, вызванная давлением со стороны профсоюзов, стремящихся не допустить снижения уровня жизни трудящихся, т. е. «жесткость» ставок или малоподвижность ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, может привести к равновесию и при отсутствии полной занятости. В этом случае государство как покупатель и потребительских, и инвестиционных товаров может повлиять на уровень совокупного спроса в экономике. Совокупный спрос можно повысить средствами фискальной политики или кредитно-денежной политики. Кейнс делал акцент на фискальной политике, состоящей в том, что государство расходует больше средств на инвестиционные проекты, чем собирает в виде налогов. Такое дефицитное финансирование стимулирует совокупный спрос в экономике, находящейся в состоянии ДЕПРЕССИИ. Благодаря эффекту мультипликатора стимул к повышению совокупного спроса в несколько раз превышает сумму начальных инвестиций. Эти меры должны привести экономику к состоянию полной занятости.

Отдельные страны Запада начали ставить под сомнение кейнсианские экономические идеи в 1970-х гг., когда они обратились к МОНЕТАРИЗМУ, и началось возвращение к идее классической школы, что государственное вмешательство в экономику излишне и что рынки способны самостоятельно обеспечить процветание, необходимо лишь устранить их негибкость.

См. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ, МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ, КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ, МОДЕЛЬ IS/LM, ЗАКОН СЭЯ, ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

КЕМБРИДЖСКОЕ УРАВНЕНИЕ (Cambridge equation) — см. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ.

КЕНЭ, ФРАНСУА (Quesnay, Francois) (1694–1774) — французский экономист, чьи работы заложили основы школы физиократов (см. ФИЗИОКРАТИЯ). Кенэ предполагал, что сельское хозяйство является источником богатства, а производительный класс — фермеры-арендаторы — создаёт экономический излишек сверх того продукта, который необходим для их существования. Этот «чистый продукт» затем используется для удовлетворения потребностей собственников земли, а также ремесленников и купцов. В своем главном труде «Экономическая таблица» (1758) Кенэ предпринял попытку показать, как чистый продукт производится и обращается между крестьянами, землевладельцами и купцами. Таблица Кенэ по существу была таблицей «ЗАТРАТЫ — ВЫПУСК».

КИТАЙСКАЯ СТЕНА (chinese wall) — ограничение круга брокерских, джобберских операций (см. СОЗДАТЕЛЬ РЫНКА), финансового управления и других видов деятельности финансового института, которые ему разрешено осуществлять, с тем чтобы защитить интересы его клиентов. Например, один и тот же институт, отвечая за создание рынка конкретной ценной бумаги, вряд ли будет беспристрастен, одновременно давая совет клиентам купить именно эту ценную бумагу.

См. КОДЕКС СИТИ.

КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (classical economics) — школа или система экономических идей, основанная на работах СМИТА, РИКАРДО, МИЛЛЯ и др., которая господствовала в экономическом мышлении приблизительно до 1870 г., когда произошла «маржиналистская революция».

Классические экономисты видели сущность экономических проблем в производстве и распределении богатства между земледельцами, рабочими и капиталистами и пытались показать, как независимые решения рабочих и капиталистов могут быть скоординированы рыночной системой для создания экономического богатства. Вера в могущество рыночных сил привела их к поддержке LAISSEZ-FAIRE, а также идеи СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ между странами. Приблизительно после 1870 г. популярность классических экономических идей упала, ибо их место занял так называемый НЕОКЛАССИЧЕСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, воплотивший маржиналистские концепции.

Экономисты-классики отрицали какую-либо возможность БЕЗРАБОТИЦЫ, вызванной недостаточным СОВОКУПНЫМ СПРОСОМ, доказывая, что рыночные силы поддерживают совокупный спрос и ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ в равновесии (ЗАКОН СЭЯ). Они, в частности, утверждали, что спады деловой активности вызывают, во-первых, снижение ставок процента под давлением накопленных сбережений, что заставляет фирмы больше занимать и инвестировать, а во-вторых, падение ставок заработной платы под давлением растущей безработицы, что заставляет фирмы нанимать больше рабочих.

См. ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ, КЕЙНС, ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

КОДЕКС СИТИ (City code) — система регулирования, добровольно организуемая заинтересованными сторонами на британских ФОНДОВЫХ БИРЖАХ, которая устанавливает «правила хорошего тона», определяющие тактику и процедуры проведения СЛИЯНИЙ и ПРЕДЛОЖЕНИЙ о ПОГЛОЩЕНИИ. Общая цель кодекса Сити — обеспечить, чтобы со всеми АКЦИОНЕРАМИ (как с акцио-

нерами фирмы, планирующей поглощение, так и с акционерами фирмы, которую собираются поглотить) поступали справедливо и чтобы стороны, вовлечённые в процесс поглощения, не злоупотребляли привилегированной «внутренней» информацией или тактикой типа группы сговора, «утреннего рейда» и китайскими стенами.

Кодекс Сити контролируется *Биржевой группой по поглощениям и слияниям*, которая отвечает за формулирование входящих в него правил и расследование случаев их нарушения.

См. также ОПЕРАЦИИ ИНСАЙДЕРА.

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ (quantity theory of money) — теория, которая устанавливает прямую связь между ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ДЕНЕГ и общим УРОВНЕМ ЦЕН в экономике. Основное тождество, лежащее в основе количественной теории, было впервые выведено Ирвингом Фишером (1867–1947) в 1911 г. Согласно уравнению Фишера,

$$MV \equiv PT,$$

где M — запас денег, V — СКОРОСТЬ ОБРАЩЕНИЯ денег (среднее количество раз, которое каждый доллар или фунт переходит из рук в руки при обеспечении сделок в течение года), P — общий уровень цен, а T — число сделок или общий объём предложения товаров и услуг.

Приведённое выше соотношение является тождеством, так как общие денежные расходы на товары и услуги (MV) за некоторый период должны равняться денежной ценности произведённых товаров и услуг (PT), и все четыре величины определены таким образом, что тождество должно выполняться. Тем не менее это тождество может быть обращено в уравнение, допускающее проверку, если предположить, что скорость обращения денег является постоянной или изменяется очень медленно.

Экономисты Кембриджского университета переформулировали традиционную теорию денег для того, чтобы отразить связь между запасом денег в экономике (M) и конечным доходом (Y) в форме $MV = Y$. Скорость обращения дохода (Кембриджское уравнение), таким образом, выражается как

$$V = \frac{Y}{M},$$

где V — среднее число раз, которое запас денег в экономике переходит из рук в руки при покупке конечных товаров и услуг.

Например, при условии, что Y — это валовой национальный продукт, составляющий для некоторой страны 5000 млн ф. ст., а среднегодовой запас денег у этой страны (M) равен 1000 млн ф. ст., V будет равно 5. Скорость обращения нельзя измерить непосредственно, и потому она определяется через Y и M , значения которых можно получить из официальной статистики.

Величина V в Кембриджском уравнении — это не то же самое, что V в традиционной количественной теории денег Фишера. В уравнении Фишера $MV = PT$, что после преобразования даёт

$$V = \frac{PT}{M},$$

где число сделок за период (T) включает в себя все сделки с реальными товарами и услугами плюс финансовые сделки. В Кембриджском уравнении PT (где P — общий уровень цен) заменено величиной Y , которая включает не все сделки, а только те, которые порождают конечный доход. Эта формулировка позволила кембриджским экономистам подчеркнуть значение реального дохода (т. е. конечных товаров и услуг).

Экономисты-классики утверждали, что скорость обращения является постоянной, так как потребители имеют относительно постоянные привычки расходования денег, и, таким образом, деньги обращаются с постоянной скоростью. Этот аргумент превращает тождество в уравнение, ведущее к количественной теории, которая выражает связь между предложением денег и общим уровнем цен. Если V и T постоянны, тогда можно положить

$$M = P \quad \text{и} \quad \Delta M = \Delta P.$$

Современные сторонники количественной теории (см. МОНЕТАРИЗМ) уже не считают, что скорость обращения должна быть непременно постоянной, но они утверждают, что она очень медленно изменяется во времени вследствие финансовых нововведений, таких как распространение банковских счетов и чековых платежей или растущее использование кредитных карточек. Они также указывают, что в экономике с полной занятостью, в которой производится (и, следовательно, может обмениваться) максимальное количество товаров и услуг, количество сделок (T) определяется условиями реального производства, в частности трендами производительности. При условии, что T и V постоянны или изменяются очень медленно, общий уровень цен определяется запасом денег в экономике (M). Любое увеличение предложения денег приводит к незамедлительному рос-

ту спроса на товары и услуги (совокупного спроса). Отсюда следует, что если предложение денег (M) и, таким образом, совокупный спрос увеличиваются *на протяжении времени* быстрее, чем производственная мощность экономики (T), результатом станет рост общего уровня цен P (инфляция). В отличие от них кейнсианцы утверждают, что скорость обращения денег является нестабильной, изменяется быстро и может погасить изменения запаса денег.

См. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

КОЛИЧЕСТВО ДЕНЕГ (quantity of money) — см. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ.

КОЛЛЕКТИВНЫЕ БЛАГА (collective products) — товары и услуги, которые могут быть предоставлены только группе лиц по той причине, что количество блага, предлагаемое какому-либо одному индивиду, не может быть изменено независимо от остальных. Практически невозможно заставить потребителей выявить свои предпочтения относительно коллективных продуктов, ибо рациональные потребители пытаются стать «ЗАЙЦАМИ», занижая свой спрос в надежде избежать своей доли затрат, не влияя на получаемое количество блага. Поэтому эти блага нельзя продавать на рынке обычным способом, и рыночные цены не могут служить для их оценки. Многие товары и услуги, предлагаемые государством, имеют коллективную природу, например национальная оборона и служба охраны порядка, и поэтому государству приходится решать, какое количество подобных благ производить, и заставлять людей оплачивать их производство через систему налогообложения.

См. «ПРИНЦИП КЛУБА», ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА.

КОМИССИОННЫЕ (commission) — оплата покупателем или продавцом услуг АГЕНТА. Комиссионные обычно привязаны к стоимости продаваемого или покупаемого блага. В качестве примеров можно привести комиссионные торговым агентам, агентам по продаже недвижимости и страховым брокерам.

КОМИССИЯ (comission) — юридическое лицо, действующее как официальный регулирующий или административный орган в какой-то конкретной сфере деятельности. Например, КОМИССИЯ по монополиям и слияниям устраивает слушания дел о слияниях и антиконкурентной практике, на которые ей указывает Управление добросовестной конкуренции, созданное в рамках антимонопольной политики в Великобритании. Европейская комиссия — главный орган, отвечающий за повседневно-

ное управление хозяйственной деятельностью ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА.

КОМИССИЯ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ (Monopolies and mergers commission (ММС)) — комиссия, созданная в 1948 г. в Великобритании и осуществляющая, в частности, проведение политики в отношении конкуренции. Основной задачей Комиссии является выявление и расследование случаев МОНОПОЛИИ, ПРАКТИКИ СЛИЯНИЯ и АНТИКОНКУРЕНТНОЙ ПРАКТИКИ, отнесенных к компетенции комиссии по УПРАВЛЕНИЮ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ для установления фактов противоречия указанных случаев ИНТЕРЕСАМ ОБЩЕСТВА.

Согласно Британскому антимонопольному законодательству, монополия определена как ситуация, при которой либо не менее четверти объема выпуска данного товара или услуги производится одной фирмой (монополия доминирующей фирмы), либо есть несколько производителей, ограничивающих конкуренцию между собой (комплексная монополия). Слияния попадают в поле зрения законодательства, если они создают или усиливают монопольную ситуацию (определяемую по правилу 25-процентной доли рынка), либо в случаях, когда сумма приобретённых при слиянии активов превышает 30 млн ф. ст. К антиконкурентной практике относятся действия, которые искажают, ограничивают или исключают конкуренцию на рынке.

Критерий интересов общества используется для оценки монополий, слияний и случаев антиконкурентной практики. Термин «интересы общества» не определён с достаточной степенью точности в антимонопольном законодательстве, и, таким образом, Комиссии предоставлено право определять, что именно приносит вред интересам общества в каждом конкретном случае. В случаях монополии Комиссия рассматривает, «что сделали» доминирующие фирмы, таким образом выявляет «злоупотребления» рыночной силой, а также однозначно устанавливает факты грабительской ценовой политики, ставшей источником монопольных сверхприбылей. Такие действия, как ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО, СКИДКИ ПО СОВОКУПНОМУ ОБЪЕКТУ, СВЯЗАННЫЕ ПРОДАЖИ, приносят незначительные экономические выгоды, основное их последствие — ограничение конкуренции. Подобные действия неизменно пресекаются Комиссией, особенно если они предпринимались доминирующей фирмой для создания барьеров входа и подрыва рыночных позиций мелких конкурентов. В случае слияний Комиссия занимается сопоставлением возможных преимуществ слияния (например,

перспектива снижения издержек, лучшие условия для исследований и разработок) с возможными вредными последствиями (например, увеличение рыночной силы, несущее в себе опасность завышенных цен). Однако, согласно действующему законодательству, участники слияния не обязаны отчитываться о чистой прибыли. Они становятся вне закона, только будучи уличёнными в серьёзном снижении конкуренции или в действиях, повлекших за собой снижение общей эффективности.

Во всех случаях Комиссия располагает полномочиями только рекомендательного характера. Она может рекомендовать снижение цен как способ разрешения проблемы монопольных сверхприбылей, прекращение незаконных действий и запрещение вредных слияний, но во власти вышестоящего Управления справедливой торговли принять или нет эти рекомендации к исполнению.

КОМИССИЯ ПО ЦЕНАМ (Price comission) — британский регулирующий орган, который контролировал цены с 1973 по 1980 г. в рамках государственной политики цен и доходов.

КОМИССИЯ ПО ЦЕННЫМ БУМАГАМ И БИРЖАМ (securities and exchange commission) — государственный орган США, занимающийся регулированием операций Нью-Йоркской фондовой биржи.

КОМИТЕТ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ (Institutional Investors Committee) — организация в Великобритании, представляющая интересы ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ, СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ, ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ и ИНВЕСТИЦИОННЫХ КОМПАНИЙ.

КОМИТЕТ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА (Pay board) — британский регулирующий орган, контролировавший заработные платы согласно политике цен и доходов с 1973 по 1980 г.

КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК (commercial bank or clearing bank) — БАНК, который принимает денежные вклады от клиентов и оказывает им услуги по переводу платежей (ЧЕКАМИ), хранению сбережений и предоставлению ссуд.

Система коммерческих банков в Великобритании представлена разветвлённой сетью отделений, обслуживающих местные и региональные потребности наряду с крупными банками (например, Barclays и Nat-West), действующих на общенациональном рынке. Ведущие банки страны всё в большей степени расширяют свои операции за пределы Великобритании с целью предоставления традиционных банковских услуг международным компаниям, а также проникают в сферу «родствен-

ных» банковскому делу финансовых услуг, таких как обеспечение ЗАКЛАДНЫХ, СТРАХОВАНИЕ, ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, а также покупка/продажа АКЦИЙ.

Существует два типа банковских вкладов: (а) вклады до востребования, или *текущие счета*, которые могут быть изъяты по требованию вкладчиков и используются ими для финансирования повседневных личных и деловых сделок, а также для регулярных обязательных платежей, например, по потребительскому кредиту. В настоящее время большинство банков платит процент по остаткам на текущих счетах; (б) срочные вклады, или *депозитные счета*, которые могут быть изъяты лишь после предварительного уведомления банка и хранятся в качестве личных или корпоративных сбережений, а также как фонды для финансирования нерегулярных или единовременных платежей. Ставка процента, выплачиваемого по депозитным счетам, как правило, выше ставки процента по текущим счетам, чтобы стимулировать клиентов вкладывать деньги на более длительное время, тем самым обеспечивая банк более стабильной финансовой основой.

Существует ряд способов, с помощью которых клиенты могут изымать свои банковские вклады; так, прямые изъятия наличности всё ещё популярны и даже участились благодаря использованию в целях большего удобства *чековых (денежных) карточек* (их можно использовать для изъятия наличности из банкомата в нерабочее время). Однако большая часть банковских сделок осуществляется с помощью чеков, платежей по КРЕДИТНЫМ КАРТОЧКАМ и таких методов, как «*постоянные приказы*» и «*прямые списания*». Наиболее распространённой формой безналичных платежей является чековый платёж. Он заключается в том, что плательщик указывает физическое или юридическое лицо, которому он собирается перечислить деньги, и поручает своему банку сделать платёж, подписав чек; затем получатель вносит этот чек в свой банк. Чеки взаимозачитываются в межбанковской СИСТЕМЕ КЛИРИНГОВЫХ ПАЛАТ посредством взаимного дебетования и кредитования счетов клиентов. Кредитные карточки позволяют клиенту банка сделать ряд отдельных покупок товаров и услуг в КРЕДИТ в течение определённого периода времени; кредит затем поглощается дебетовым списанием с текущего счёта данного лица или выплачивается как обыкновенная ссуда (см. ниже).

При использовании постоянных приказов плательщик поручает своему банку регулярно перечислять со своего счёта фиксированную сумму на счёт физического или юридического лица, которому он должен; здесь опять-таки предусматривает-

ся последующее дебетование и кредитование этих двух счётов. Наконец, в случае прямого списания клиент предоставляет физическому или юридическому лицу, которому он должен, право договориться с банком клиента о регулярном перечислении платежей с его счёта.

Кроме того, коммерческие банки выдают *ссуды* домашним хозяйствам для финансирования покупки разнообразных продуктов и фирмам для приобретения **ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА**, т. е. финансирования расходов на материалы, комплектующие изделия, незавершённое производство и хранение запасов готовой продукции. Ссуды могут предоставляться в точно установленном объёме, на фиксированные периоды времени по согласованной ставке процента; но могут также принимать форму *овердрафта*, когда физическое или юридическое лицо может брать в долг столько, сколько ему требуется, но не более определённого объёма, и выплачивает по своей задолженности процент.

Коммерческий банк преследует двойную цель — быть в состоянии удовлетворить требования клиентов на изъятие денег и вкладывать свои средства в наиболее выгодные сферы. Эта двойственность влияет на структуру его активов: определённая часть их хранится в высоколиквидной форме (**НОРМА РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ**), включая **БАНКОВСКУЮ НАЛИЧНОСТЬ**, **ОСТАТКИ НА СЧЕТАХ БАНКА АНГИИ**, **КРЕДИТЫ ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ**, а также **ПЕРЕВОДНЫЕ ВЕКСЕЛЯ** и **КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ**. Эти ликвидные активы позволяют банку удовлетворить любые безотлагательные требования о выдаче наличных денег, которые могут предъявить клиенты; а это сохраняет уверенность населения в том, что банк — надёжное хранилище их вкладов. Остальная же часть активов банка используется для получения прибылей от портфельных инвестиций в государственные ценные бумаги и ценные бумаги частных корпораций с фиксированным процентом, а также от ссуд. **БАНКОВСКИЕ ВКЛАДЫ** являются ключевым элементом **ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ**.

См. **СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ**, **КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА**, **ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА**.

КОММУНАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ (public utility) — предприятие, которое обеспечивает производство товаров или услуг первой необходимости, таких как вода, электричество или газ. В некоторых странах, например в США и Великобритании, большинство таких товаров и услуг обеспечивается частными (но государственно регулируемыми) компаниями. В других странах, например, во Франции, большинство таких продуктов производится государственными корпорациями (национализированными предприятиями).

См. РЕГУЛИРОВАНИЕ НОРМЫ ПРИБЫЛИ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ, ДВУХЧАСТНЫЙ ТАРИФ, НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ.

КОММУНИЗМ (communism) — политическая и экономическая доктрина, утверждающая, что государство должно владеть всей собственностью и осуществлять все функции по ПРОИЗВОДСТВУ и ОБМЕНУ в стране, включая труд. Карл МАРКС сжато сформулировал идею коммунизма следующим образом: «От каждого по способностям, каждому по потребностям». Коммунизм подразумевает ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМУЮ ЭКОНОМИКУ, в которой стратегические решения, связанные с производством и распределением, принимаются правительством, в противоположность ЭКОНОМИКЕ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, в которой эта функция лежит на ЦЕНОВОЙ СИСТЕМЕ. Китай всё ещё строит свою экономику в соответствии с коммунистическими принципами, но Россия и другие страны бывшего Советского Союза, а также восточноевропейские страны в последнее время переходят от коммунизма к экономическому строю, в большей степени опирающемуся на рынок.

КОМПЕНСАЦИОННЫЕ ВЫПЛАТЫ, или «ЗЕЛЁНЫЕ ДЕНЬГИ» (monetary compensatory amounts (MCA) or green money), — система, используемая в ЕДИНОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКЕ, проводимой ЕВРОПЕЙСКИМ СООБЩЕСТВОМ, для конвертирования единых цен на фермерские продукты в национальные валюты стран — членов Сообщества и корректировки указанных цен при изменении ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ этих валют.

Совет министров ежегодно устанавливает единые фиксированные цены на продукты индивидуальных фермерских хозяйств (молоко, мясо и т. д.) на предстоящий год. Эти цены переводятся в национальные валюты на основе преобладающих валютных курсов. Однако, если в одной из этих стран-членов изменился валютный курс, «единая связь» нарушается, и цены на фермерские продукты в этой стране повысятся или понизятся по сравнению с другими членами в зависимости от того, поднялся или снизился валютный курс в данной стране. Во избежание этого применяются пограничные налоги и субсидии на ИМПОРТ и ЭКСПОРТ пищевых продуктов (компенсационные выплаты). Например, если валютный курс растёт (см. РЕВАЛЬВАЦИЯ), то это вызовет удешевление импорта и подорожание экспорта пищевых продуктов. Для «компенсирования» этого процесса, т. е. обеспечения ценности «зелёных денег» и стабилизации доходов отечественных фермерских хозяйств, импорт облагают налогом, а экспорт субсидируют. И наоборот, если валютный курс падает (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ 1), то это вызовет

удешевление экспорта и подорожание импорта пищевых продуктов. В целях стабилизации ситуации импорт субсидируется, а экспорт облагается налогами.

КОМПЛЕКСНЫЕ ЗАТРАТЫ (joint costs) — ЗАТРАТЫ, связанные с производством товаров, изготовляемых на основе СОВМЕЩЁННОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ, например бензина, дизельного топлива, гудрона и т. д., производимых в ходе одного и того же процесса нефтеперегонки. Комплексные затраты, подобные текущим затратам нефтепереработки, трудно чётко разделить между отдельными продуктами при определении затрат производства каждого из них.

КОМПЬЮТЕР (computer) — электронный или электромеханический прибор, который воспринимает буквенные и числовые данные заранее определённой формы, обеспечивает их хранение и обработку в соответствии с инструкциями, содержащимися в компьютерной программе, а затем выводит проанализированную информацию.

Применение компьютеров резко повысило производительность при обработке данных, используемых в экономической деятельности: так, например, компьютеризация проектирования и производства сократила время и затраты на внедрение новых деталей или изделий в производство; введение компьютерных систем управления сбытом и хранением продукции типа ЭЛЕКТРОННОЙ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ позволило сократить запасы и улучшить обслуживание покупателей; компьютеры быстро вытесняют ручные средства бухгалтерского учёта, например, при расчёте выручки от реализации и фонда заработной платы компании. Компьютеры также существенно ускорили реакцию товарных и финансовых рынков на изменения спроса и предложения за счёт быстрого заключения и оформления сделок.

См. ФОНДОВАЯ БИРЖА, АВТОМАТИЗАЦИЯ, МАССОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО.

КОНВЕРТИРУЕМОСТЬ (convertibility) — пределы, в которых одна иностранная валюта или МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЕЗЕРВНЫЙ АКТИВ могут обмениваться на другую иностранную валюту или международный резервный актив.

Наиболее широкие возможности международной торговли и зарубежных инвестиций имеют место тогда, когда используемые для их финансирования валюты полностью конвертируемы, т. е. свободны от ограничений ВАЛЮТНОГО КОНТРОЛЯ.

КОНВЕРТИРУЕМЫЕ ССУДЫ (convertible loans) — долгосрочные ЗАЙМЫ, предоставляемые АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, кото-

рые кредитор может обменять на ОБЫКНОВЕННЫЕ АКЦИИ по заранее установленному курсу.

КОНГРЕСС ПРОФСОЮЗОВ (Trade Union Congress (TUC)) — организация в Великобритании, которая представляет общие интересы членов ПРОФСОЮЗОВ в отношениях с правительством, организациями работодателей и вырабатывает генеральную политику профсоюза.

КОНЕЧНЫЕ ПРОДУКТЫ (final products) — ТОВАРЫ и УСЛУГИ, используемые конечными потребителями, в отличие от ПРОМЕЖУТОЧНЫХ ПРОДУКТОВ, применяемых в качестве ресурсов в производстве других товаров и услуг. Таким образом, покупка хлеба учитывается как часть конечного спроса, чего нельзя сказать о муке, идущей на приготовление этого хлеба.

Общая рыночная стоимость всех конечных продуктов (соответствующая общей сумме расходов при ИСЧИСЛЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА) равняется общей сумме ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ на каждой стадии производства по всем продуктам в экономике.

КОНЕЧНЫЙ ДОХОД (final income) — ДОХОД домашнего хозяйства (или отдельного лица) за вычетом ПОДОХОДНОГО НАЛОГА и других налогов плюс поступления в виде ТРАНСФЕРТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ (выплаты социального страхования и т. п.). Ср. ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ ДОХОД.

См. ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА в НАЛОГООБЛОЖЕНИИ.

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ (competitive strategy) — одна из сторон ДЕЛОВОЙ СТРАТЕГИИ, включающая в себя разработку мероприятий фирмы, направленных на выживание и победу в борьбе с конкурентами на рынке конкретной продукции. Чтобы достичь этих целей, фирма должна осуществить *внутреннюю* оценку своих ресурсов и возможностей в сравнении с конкурентами, чтобы выявить свои сильные и слабые стороны. Кроме того, фирма должна также осуществить *внешнюю* оценку характера и устойчивости «движущих сил конкуренции» на конкретных рынках, а именно: (а) соперничества существующих фирм; (б) рыночной власти поставщиков производственных факторов; (в) рыночной власти потребителей; (г) угрозы появления новых фирм на рынке и (д) угрозы появления продуктов-заменителей. Рассмотрение этих факторов завершается выработкой общей конкурентной стратегии, основанной либо на лидерстве в области издержек в целом по отрасли, либо на ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ продукта, либо на более узконаправленной деятельности, нацеленной на получение КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ на ограниченном сегменте рынка.

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО (competitive advantage) — активы и характеристики фирмы (оборудование, позволяющее экономить затраты, торговые марки на технически прогрессивную продукцию, права собственности на сырьё и материалы и т. д.), дающие ей преимущества над соперниками в конкуренции. Чтобы превзойти конкурентов в борьбе за потребителя на надёжной (прибыльной) и устойчивой (долговременной) основе, фирма в зависимости от природы рынка должна добиваться эффективности своих затрат и/или должна предлагать такую продукцию, которую покупатели предпочтут продукции других производителей. Первое позволяет фирме выжить и победить в ценовой конкуренции, второе отражает её преимущество над конкурентами в области ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА.

См. ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, КРИВАЯ ОПЫТА, ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ.

КОНКУРЕНТНЫЕ ТОРГИ (КОНКУРЕНТНЫЙ ТЕНДЕР) (competitive tender) — приглашение частных фирм к участию в ТЕНДЕРЕ (торгах) для заключения договоров на поставку товаров и услуг государственному сектору, которые традиционно производились этим сектором. Проведение конкурентных торгов осуществляется с целью создания конкуренции в поставке этих товаров и услуг и, следовательно, снижения затрат государственных учреждений, местных органов власти и органов здравоохранения.

См. ДЕРЕГУЛИРОВАНИЕ.

КОНКУРЕНЦИЯ (competition) — 1. Форма СТРУКТУРЫ РЫНКА, при которой количество фирм, действующих на рынке, служит показателем его типа; например, СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (много мелких конкурентов), ОЛИГОПОЛИЯ (несколько крупных конкурентов).

2. Процесс, в ходе которого фирмы борются друг с другом за потребителей своей продукции, т. е. активное соперничество фирм за покупателей с использованием изменения цен, стратегии ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА и т. д. С точки зрения интересов общества природа и степень конкуренции оказывают сильное влияние на ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА, и поэтому их необходимо учитывать при проведении политики в отношении КОНКУРЕНЦИИ.

См. МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, МОНОПОЛИЯ.

КОНСОЛИ (consols) — государственные ОБЛИГАЦИИ, которые имеют неограниченную продолжительность существования, а не конкретный срок действия. Люди приобретают консоли для

того, чтобы получать будущий номинальный годовой доход, абсолютно не рассчитывая на их погашение, хотя консоли можно купить или продать на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ. Поскольку правительство никогда не выкупает консоли, их рыночная стоимость может значительно изменяться, приводя в соответствие ЭФФЕКТИВНУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ по консолям с их НОМИНАЛЬНОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ. Например, консоль стоимостью 100 ф. ст. и номинальной процентной ставкой, равной 5%, приносит доход 5 ф. ст. в год. Если бы текущая рыночная процентная ставка поднялась до 10%, тогда рыночная цена консоли должна была бы упасть до 50 ф. ст. так, чтобы её держатель получал фактический доход, равный $5 \text{ ф. ст.} / 50 \text{ ф. ст.} = 10\%$.

КОНСОЛИДАЦИЯ ДОЛГА (funding) — процесс превращения правительством или компанией своих краткосрочных, с фиксированным процентом, ДОЛГОВ в долгосрочные, с фиксированным процентом. Она предполагает убеждение держателей краткосрочных ЦЕННЫХ БУМАГ с ФИКСИРОВАННОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ в необходимости обменять их на равные по сумме долгосрочные ценные бумаги с фиксированной процентной ставкой, что может быть сделано только в том случае, когда по последним будет предложена более высокая процентная ставка.

Консолидация долга предпринимается органами, следящими за денежным обращением, с целью сокращения ликвидности в банковской системе, а компаниями — с целью повышения их краткосрочной ликвидности.

См. ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ, ВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА.

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ФОНД (consolidated fund) — счёт правительства Великобритании в Банке Англии, на который поступают доходы от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и других источников и который используется для осуществления платежей.

КОНСОРЦИУМ (consortium) — временная группировка самостоятельных фирм, организаций и государства, создаваемая для объединения их ресурсов и опыта или для осуществления какого-либо проекта, например программы крупномасштабного строительства или создания самолёта, либо для объединения их средств при совершении оптовых закупок факторов производства.

КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ, АРБИТРАЖНАЯ И ЭКСПЕРТНАЯ СЛУЖБА (Advisory, Conciliation & Arbitration Service (ACAS)) — государственный орган, созданный в Великобритании в 1975 г. для предоставления консультационных услуг в области ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ и кадровой политики, в особенности таких

услуг, как ПОСРЕДНИЧЕСТВО, ПРИМИРЕНИЕ и ТРЕТЕЙСКИЙ СУД в случае ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КОНФЛИКТА.

КОНСЬЮМЕРИЗМ (consumerism) — организованное движение в защиту экономических интересов ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. Это движение явилось реакцией на растущую рыночную власть крупных компаний и увеличение технической сложности изделий. В Великобритании оно представлено такими организациями, как Ассоциация потребителей, которая занимается проверкой качества продукции и выпускает для потребителей такое издание, как «Which?». Консьюмеризм официально включён в британскую политику в отношении конкуренции с 1973 г. ЗАКОНОМ О СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛЕ.

См. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ.

КОНТРАКТ (contract) — юридически подкреплённое соглашение между двумя или более сторонами. Контракт содержит обязательства сторон, его заключивших, которые могут быть выражены в устной или письменной форме. Например, одна компания может заключить договор на поставку продукции другой компании на определённую дату и на определённых условиях. Обе стороны при этом юридически обязаны выполнять данный договор по продаже и покупке данной продукции.

КОНТРОЛЬ ДЕНЕЖНОЙ БАЗЫ (monetary base control) — контроль над ДЕНЕЖНОЙ БАЗОЙ банковской системы, используемый как средство регулирования национального ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ. Если КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ придерживаются строго определённого КОЭФФИЦИЕНТА НАЛИЧНЫХ СРЕДСТВ, руководящие денежно-кредитные учреждения, контролируя ограниченную таким образом денежную базу, могут регулировать рост денежной массы.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, НОРМА РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА (quality control) — порядок, предполагающий улучшение КАЧЕСТВА производимых товаров и услуг. Целью контроля качества является предотвращение производства бракованных деталей или готовой продукции с помощью различных методов. Для выявления бракованных материалов и продуктов могут применяться выборочные испытания. Статистические пределы изменчивости могут использоваться для подтверждения того, что, например, машины при осуществлении производственных операций работают в пределах допустимых отклонений. Для вовлечения рабочих групп в решение задач, связанных с обеспечением качества, организуются круж-

ки качества (путём развития дискуссий по поводу причин, вызывающих проблемы с качеством, и возможных методов решения этих проблем самими рабочими).

См. также ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА.

КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ (price controls) — определение правительством минимальных и максимальных цен на товары и услуги. Цена может быть фиксирована на уровне выше или ниже РАВНОВЕСНОЙ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ в зависимости от преследуемых целей. В первом случае, например, правительство может удерживать низкие цены на какие-либо необходимые товары (например, продукты питания) с целью помочь малообеспеченным потребителям. Во втором случае целью может стать предоставление производителю гарантий адекватного дохода (см. ПОДДЕРЖКА ЦЕН). Вообще говоря, контроль над ценами может охватывать широкий спектр товаров и услуг как часть ПОЛИТИКИ ЦЕН и ДОХОДОВ с целью борьбы с инфляцией.

См. также РАЦИОНИРОВАНИЕ.

КОНФЕДЕРАЦИЯ АНГЛИЙСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (КАП) (Confederation of British Industry (CBI)) — британская организация, выражающая коллективные интересы компаний, являющихся её членами, в деловых контактах с правительством и ПРОФСОЮЗАМИ.

КОНФЕРЕНЦИЯ ООН ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ (ЮНКТАД) (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)) — международная организация, основанная в 1965 г. для представления экономических интересов РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН и воплощения в жизнь идей НОВОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОРЯДКА. Основная деятельность этого института заключается в организации конференций, проходящих каждые четыре года и сконцентрированных на трёх областях, касающихся развивающихся стран:

(а) ЭКСПОРТА товаров обрабатывающей промышленности; в этой области обсуждаются условия доступа развивающихся стран на рынки развитых стран без ТАРИФОВ и КВОТ, в дополнение к уступкам, полученным в соответствии с ГЕНЕРАЛЬНЫМ СОГЛАШЕНИЕМ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ;

(б) экспорта товаров добывающей промышленности; в этой области обсуждаются возможности расширения МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ СОГЛАШЕНИЙ с целью стабилизации экспортных цен на первичные продукты для обеспечения устойчивого уровня валютных поступлений развивающихся стран;

(в) ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ; в этой области обсуждается проблема выделения большего объёма финансовой помощи и передачи технологий от развитых стран.

К настоящему времени ЮНКТАД достигла небольших результатов, в основном из-за того, что развитые страны (особенно из-за неблагоприятной экономической ситуации, возникшей после роста цен на нефть в 1973 г.) не были готовы поддержать инициативы ЮНКТАД в полном объёме.

КОНЦЕНТРАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ (buyer concentration) — элемент СТРУКТУРЫ РЫНКА, отражающий численность и распределение по величине покупателей на рынке. На большинстве рынков покупатели многочисленны, и каждый из них покупает лишь незначительную долю общего объёма предложения. Однако на отдельных рынках (особенно на рынках ПРОМЕЖУТОЧНЫХ ПРОДУКТОВ) несколько крупных покупателей приобретают значительную часть общего предложения. Эта ситуация получила название ОЛИГОПСОНИИ или, в случае, когда есть только один покупатель, — МОНОПСОНИИ.

Рыночная теория утверждает, что ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА будет различна в разных ситуациях: когда на рынке много покупателей, на каждого из которых приходится незначительная доля общего объёма закупок (СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ); когда покупателей несколько, и на каждого из них приходится значительная доля общего объёма закупок (ОЛИГОПСОНИЯ); или когда есть только один покупатель (МОНОПСОНИЯ).

См. УРАВНОВЕШИВАЮЩАЯ СИЛА, РЫНОЧНАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ, КОНЦЕНТРАЦИЯ ПРОДАВЦОВ, ОПТОВАЯ ЗАКУПКА.

КОНЦЕНТРАЦИЯ ПРОДАВЦОВ (seller concentration) — элемент СТРУКТУРЫ РЫНКА, отражающий количество производителей и распределение объёмов продаж между ними на данном РЫНКЕ. В соответствии с теорией рынка ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА может быть различной в зависимости от того, много ли производителей на рынке, каждый из которых формирует небольшую часть общего рыночного предложения (СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ), или их мало, и каждый из них формирует значительную долю общего рыночного предложения (ОЛИГОПОЛИЯ), или на рынке вообще функционирует только один производитель.

См. также ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ, РЫНОЧНАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ, КОНЦЕНТРАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

КООПЕРАТИВ (cooperative) — форма организации ФИРМЫ, которой владеет и управляет группа индивидов с целью получения взаимной выгоды. Существуют следующие виды кооперативов:

(а) *кооперативы рабочих, или производственные кооперативы*, — предприятия, которыми владеют и управляют их работники, участвующие в чистой прибыли;

(б) *оптовые кооперативы* — предприятия, в состав которых входит множество мелких независимых розничных торговцев; главная цель такой группы — объединить средства для ОПТОВЫХ ЗАКУПОК, чтобы добиться скидок и льгот от производителей, подобных тем, которые получают крупные сети СУПЕРМАРКЕТОВ;

(в) *розничные кооперативы* — предприятия, которые организованы в интересах покупателей, состоящих в них членами; членство даёт право, например, на получение ежегодного дивиденда или части прибыли пропорционально сделанным членом годовым закупкам товара в магазинах кооператива.

См. **ОПТОВИК**, **РОЗНИЧНЫЙ ТОРГОВЕЦ**, **КАНАЛ СБЫТА**.

КОРОБКА ЭДЖУОРТА — см. **ЯЩИК ЭДЖУОРТА**.

КОРОТКАЯ ПОЗИЦИЯ (short position) — ситуация, при которой дилер или СОЗДАТЕЛЬ РЫНКА по данному ТОВАРУ, ЦЕННОЙ БУМАГЕ или ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ продаёт больше, чем покупает, так что его рабочий запас предмета торговли истощается («укорачивается»). Ср. **ДЛИННАЯ ПОЗИЦИЯ**.

КОРОТКИЙ ПЕРИОД (short run) — абстрактный период времени в ТЕОРИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, в течение которого расход некоторых ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА фиксирован (это относится к ПОСТОЯННЫМ РЕСУРСАМ, например к зданиям и оборудованию), и уровень выпуска можно корректировать только путём изменения объёма используемых ПЕРЕМЕННЫХ РЕСУРСОВ (например, сырья, рабочей силы).

На практике то, что определено как короткий период, может весьма значительно варьировать от одной отрасли к другой. Например, в нефтехимической промышленности процесс проектирования, строительства и введения в эксплуатацию нового завода может занять не менее пяти лет, так что любое увеличение выпуска в течение этого периода может быть достигнуто только за счёт более интенсивной работы существующих заводов. В противоположность этому в швейной промышленности покупка и установка новых швейных машин вполне возможны всего за несколько недель, поэтому в данной отрасли короткий период может составлять не более одного месяца. Ср. **ДЛИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД**.

См. также **ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА**.

КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР (corporate sector) — сфера ЭКОНОМИКИ, охватывающая сделки ПРЕДПРИЯТИЙ. Предприятия полу-

чают доход от продажи товаров и услуг и влияют на функционирование экономики путём использования и оплаты факторов производства, а также инвестиций. Корпоративный сектор вместе с индивидуальным сектором и финансовым сектором образует частный сектор. Частный сектор, государственный сектор и иностранный сектор формируют народное хозяйство.

См. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

КОРПОРАЦИЯ (corporation) — 1. Частная фирма, зарегистрированная как акционерная компания.

2. Принадлежащие государству предприятия, например в национализированной отрасли промышленности.

КОРПОРАЦИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (Industrial Reorganisation Corporation) — британская организация, роль которой с 1966 по 1971 г. состояла в обеспечении и финансовой поддержке РАЦИОНАЛИЗАЦИИ, СЛИЯНИЙ и промышленных проектов.

См. ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА.

КОРРЕЛЯЦИЯ (correlation) — статистическое понятие, характеризующее степень связи между двумя переменными. Если две переменные обнаруживают тенденцию к совместному изменению, то говорят, что они коррелируют между собой, а степень, с которой они коррелируют, измеряется КОЭФФИЦИЕНТОМ КОРРЕЛЯЦИИ.

КОСВЕННОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА (above-the-line promotion) — продвижение товаров и услуг на рынке посредством РЕКЛАМИРОВАНИЯ в печати, на телевидении и радио в отличие от ПРЯМОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА, как-то: прямой рассылки рекламы по почте, выставок и показов товаров в магазине.

См. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ.

КОСВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ — см. НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ.

КОСВЕННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ (indirect investment) — любые расходы на приобретение ЦЕННЫХ БУМАГ, таких как АКЦИИ 1 и АКЦИИ 2. Иногда эти расходы называют *финансовыми* или *портфельными* инвестициями.

См. ИНВЕСТИЦИИ.

КОСВЕННЫЙ НАЛОГ (indirect tax) — НАЛОГ, которым государство облагает товары и услуги для пополнения своих доходов, использующийся как инструмент ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ. Примерами косвенного налога являются НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ и АКЦИЗ.

Изменения ставок косвенного налога могут использоваться как часть фискальной политики для регулирования уровня

СОВОКУПНОГО СПРОСА. Увеличение налога приводит к уменьшению располагаемого дохода, доступного для расходов на потребление, а уменьшение налога увеличивает располагаемый доход. Косвенные налоги могут быть использованы для воздействия как на структуру спроса, так и на его уровень. Увеличение косвенного налога приводит к снижению потребления социально нежелательных товаров, например сигарет и спиртных напитков. В то же время снижение косвенного налога приводит к повышению уровня потребления социально приемлемых товаров, например основных продуктов питания и книг.

В противоположность ПРЯМОМУ НАЛОГУ, величина которого изменяется в зависимости от дохода налогоплательщика (ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ), косвенный налог является регрессивным, поскольку каждый налогоплательщик-потребитель платит одинаковую сумму вне зависимости от дохода.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ.

КОТИРУЕМАЯ КОМПАНИЯ (quoted company) — АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО открытого типа, акции которого продаются и покупаются либо на главной ФОНДОВОЙ БИРЖЕ, либо на связанных с ней вторичных рынках типа ВНЕБИРЖЕВОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ.

См. ЛИСТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ.

КОЭФФИЦИЕНТ КОНЦЕНТРАЦИИ (concentration ratio) — показатель степени КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ на РЫНКЕ. Коэффициент концентрации показывает долю четырех или восьми крупнейших фирм в общем объеме продаж. Коэффициент концентрации выводится из кривой рыночной концентрации; эту кривую можно построить на графике, по горизонтальной оси которого откладывается число фирм, кумулятивно возрастающее начиная с наиболее крупных фирм, а на вертикальной оси — кумулятивная доля в объеме продаж, приходящаяся на определенное число фирм. См. рис. 47.

См. ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ, СТРУКТУРА РЫНКА.

КОЭФФИЦИЕНТ КОРРЕЛЯЦИИ (correlation coefficient) — статистический показатель (обычно обозначаемый буквой r), с помощью которого измеряется степень связи между двумя переменными. Если две переменные совершенно не связаны друг с другом, то коэффициент корреляции равен нулю; а если две переменные полностью связаны друг с другом, то абсолютная величина коэффициента корреляции равна единице. Высокий коэффициент корреляции между двумя переменными показывает только то, что они изменяются совместно, и отнюдь не

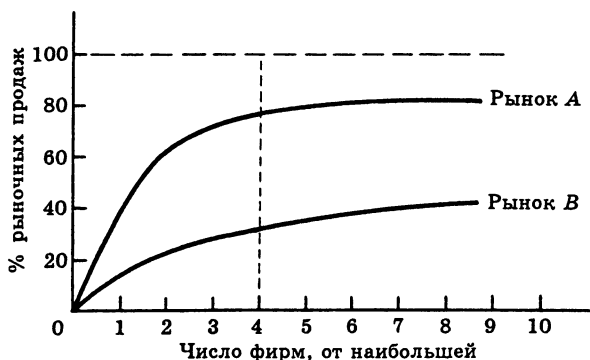


Рис. 47. Коэффициент концентрации. Концентрация на рынке А высока, так как на четыре крупнейшие фирмы приходится 80% объема продаж, тогда как на рынке В уровень концентрации сравнительно низкий.

предполагает причинно-следственную зависимость между ними, когда изменение одной переменной вызывает изменение другой.

Если высокие значения одной переменной соответствуют высоким значениям другой переменной, то говорят, что они *положительно коррелируют*. Если же высокие значения одной переменной соответствуют низким значениям другой переменной, то говорят, что они *отрицательно коррелируют*. Таким образом, коэффициенты корреляции могут варьировать в пределах от +1 (при абсолютной положительной связи) до -1 (при абсолютной отрицательной связи); при этом нулевое значение коэффициента корреляции указывает на отсутствие связи между двумя переменными.

Коэффициент корреляции служит также для измерения *степени согласия* линии регрессии (см. РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ), которая рассчитывается для совокупности выборочных наблюдений методом наименьших квадратов. Если линия регрессии повышается слева направо и тесно согласуется с наблюдениями, то имеет место высокий положительный коэффициент корреляции; если же линия регрессии понижается слева направо и тесно согласуется с наблюдениями, то имеет место высокий отрицательный коэффициент корреляции. Если же уравнение регрессии содержит две или более независимые переменные, то для измерения точности, с которой плоскость, описываемая уравнением множественной регрессии, согласуется с наблю-

даемыми значениями, можно использовать коэффициент множественной корреляции.

КОЭФФИЦИЕНТ ЛИЧНЫХ СБЕРЕЖЕНИЙ (personal savings ratio) — доля РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА, которая направляется на сбережения. Коэффициент сбережений может изменяться во времени в зависимости от представлений человека о своих будущих перспективах относительно работы и БОГАТСТВА, хотя договорные сбережения, такие как страховые и пенсионные взносы, являются более стабильными. В МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА увеличение коэффициента личных сбережений вызовет уменьшение расходов на ПОТРЕБЛЕНИЕ, и, если это не компенсируется увеличением инвестиций или экспорта, произойдет снижение уровня СОВОКУПНОГО СПРОСА.

См. ДОЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ.

КОЭФФИЦИЕНТ НАГРУЗКИ (burden of dependency) — отношение несамодеятельного НАСЕЛЕНИЯ страны к наёмной и самостоятельно занятой РАБОЧЕЙ СИЛЕ. К несамодеятельному населению относятся дети, старики, инвалиды, лица, осуществляющие уход за ними без оплаты, и безработные, живущие за счёт труда занятых. В странах с большой долей несамодеятельного населения государство вынуждено облагать работающих высокими налогами с тем, чтобы предоставлять ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ (пенсии, пособия на детей и пособия по безработице).

КОЭФФИЦИЕНТ НАЛИЧНЫХ СРЕДСТВ (cash reserve ratio) — доля *высоколиквидных* активов, хранимых КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ с целью покрытия повседневных изъятий денег его клиентами и других финансовых обязательств, в его общих активах. Коэффициент наличных средств включает в себя БАНКОВСКУЮ НАЛИЧНОСТЬ (банкноты и монеты, которые хранит банк) и операционные ОСТАТКИ НА СЧЕТАХ БАНКА АНГЛИИ, хранимые банком. Коэффициент наличных средств является строго определённой НОРМОЙ (КОЭФФИЦИЕНТОМ) РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ, которую руководящие денежно-кредитные учреждения могут использовать для контроля над ДЕНЕЖНОЙ БАЗОЙ экономики.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, КОНТРОЛЬ ДЕНЕЖНОЙ БАЗЫ, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

КОЭФФИЦИЕНТ ПОКРЫТИЯ ДИВИДЕНДА (dividend cover ratio or times covered ratio) — доля дохода фирмы, идущая на выплату ДИВИДЕНДОВ по АКЦИЯМ, т. е. отношение ПРИБЫЛИ за вычетом налоговых и процентных платежей к общей сумме дивидендов. Так, если прибыль фирмы после налогообложения равна 100 000 ф. ст., а дивидендные платежи — 50 000 ф. ст., то коэффициент покрытия дивиденда составит 2 : 1.

КРЕДИТ (credit) — финансовая услуга, которая позволяет частному или юридическому лицу занимать ДЕНЬГИ для покупки (т. е. непосредственного вступления во владение) продуктов, сырья, комплектующих изделий и т. д. и платить за них спустя длительный период времени. Существуют разные виды кредита: БАНКОВСКИЕ ССУДЫ и ОВЕРДРАФТЫ, КРЕДИТ В РАССРОЧКУ, КРЕДИТНЫЕ КАРТОЧКИ и ТОРГОВЫЙ КРЕДИТ. Процентные платежи по кредиту могут быть фиксированными или переменными в зависимости от типа кредита; в некоторых случаях с целью стимулирования хозяйственной деятельности предоставляются беспроцентные кредиты.

Во многих странах в качестве инструмента КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ используется КРЕДИТНЫЙ КОНТРОЛЬ, с помощью которого руководящие кредитно-денежные учреждения регулируют доступность кредита и условия его предоставления.

См. ЗАКОН О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТЕ 1974 г., ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА.

КРЕДИТ В РАССРОЧКУ (instalment credit) — договорное средство закупки продукции в течение длительного периода с использованием КРЕДИТОВ, предоставляемых либо финансовыми институтами, такими как ФИНАНСОВАЯ ПАЛАТА, либо фирмой, продающей товар. За первоначальной выплатой обычно следуют ежемесячные фиксированные платежи (включающие процентные выплаты) в течение определённого платёжного периода (например, 12 месяцев, 24 месяца).

Популярной формой кредита в рассрочку является *покупка в рассрочку*, т. е. соглашение, согласно которому покупатель немедленно вступает во владение товаром, но не имеет прав собственности на этот товар до тех пор, пока не будут осуществлены все платежи.

См. КРЕДИТНЫЙ КОНТРОЛЬ, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ЗАКОН О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТЕ.

КРЕДИТ ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ (call money or money-at-call and short notice) — НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ (банкноты и монеты), ссужаемые КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ УЧЁТНЫМ ДОМАМ. Они могут быть предоставлены в виде «овернайт» (24-часовой ссуды) или в виде ссуды на одну неделю. Кредиты до востребования являются частью НОРМЫ (КОЭФФИЦИЕНТА) РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ коммерческих банков.

КРЕДИТНАЯ КАРТОЧКА (credit card) — пластиковая карточка (или жетон), используемая для финансирования покупки товаров или услуг путём получения КРЕДИТА в пункте реализации. Кредитные карточки выпускаются коммерческими

банками, сетями гостиниц и крупными розничными предприятиями.

КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА (monetary policy) — инструмент МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ, включающий в себя регулирование ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, КРЕДИТА и ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК с целью контроля над совокупными расходами в экономике (см. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ).

Руководящие денежно-кредитные учреждения (в Великобритании главным образом БАНК АНГЛИИ) способны предпринимать меры для регулирования предложения денег, в особенности той его части, которая используется для поддержания финансового кредита, включая операции на открытом рынке с государственными ОБЛИГАЦИЯМИ и КАЗНАЧЕЙСКИМИ ВЕКСЕЛЯМИ, специальные депозиты и директивы (см. ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК).

Операции на открытом рынке направлены на поддержание ликвидности банковской системы и включают в себя продажу или покупку облигаций и казначейских векселей. Это изменяет сумму банковских депозитов КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ, а следовательно, и их способность предоставлять ЗАЙМЫ и ОВЕРДРАФТЫ потребителям. Например, если Центральный банк стремится сократить предложение денег, он может продавать долгосрочные облигации широким слоям населения. Покупатели платят за эти облигации, уменьшая свои банковские депозиты — важную составную часть предложения денег, что, в свою очередь, заставляет банки снизить объём предоставления займов (см. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ).

Специальный депозит — установленное Центральным банком требование к банкам помещать определённую часть своих средств на депозит в БАНК АНГЛИИ, где они «замораживаются», т. е. не могут использоваться банками для предоставления клиентам займов и овердрафтов, что также сокращает предложение денег. *Директива* — требование Банка Англии к коммерческим банкам, обязывающее последние ограничить предоставляемые займы установленными суммами или сократить выдачу займов для частных целей (например, для покупки автомобиля).

Центральный банк может также для ограничения совокупных расходов использовать КРЕДИТ В РАССРОЧКУ при регулировании объёма кредитования ФИНАНСОВЫХ ПАЛАТ. Центральный банк может, например, уменьшить стимул потенциальных заёмщиков к использованию возможностей рассрочки, повышая сумму требуемого первоначального взноса и сокращая срок ссуды; первое условие заставляет заёмщика искать большее коли-

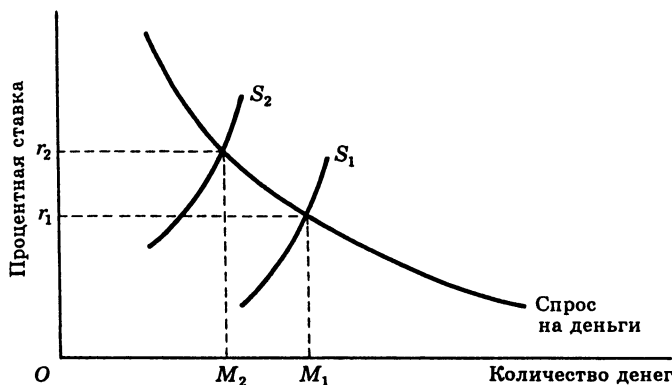


Рис. 48. Кредитно-денежная политика.

чество наличности, а второе повышает фактическую величину процентных платежей.

Центральный банк может повлиять на ставки процента по широким категориям кредитов. Для уменьшения предложения денег по сравнению со спросом на них Центральный банк может поднять цену денег, т. е. ставку процента, и тем самым сократить общий объем заимствований. Например, если Центральный банк желает поднять ставку процента, скажем, с Or_1 до Or_2 (рис. 48), он может сделать это, сократив предложение денег с OM_1 до OM_2 . При данной кривой спроса на деньги это повлечёт за собой требуемый рост процентных ставок.

На практике применение денежной политики сопряжено с трудностями. Одна из проблем заключается в том, что нет единственно надёжного определения предложения денег (более подробно см. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ), поэтому любая попытка конкретизировать предложение денег оказывается неуспешной из-за включения других видов активов. Краткая иллюстрация: если Центральный банк избирает M_3 (главным образом наличные деньги + банковские депозиты) в качестве объекта контроля с использованием вышеупомянутых инструментов, то это может оказаться недостаточным для сокращения совокупных расходов. Хозяйственные субъекты могут просто переключиться на деньги типа M_4 , используя депозиты в строительных обществах для финансирования текущих покупок.

Вдобавок «открытость» национальных экономик к притоку и оттоку иностранных валют делает сложным для государства

осуществление внутренней денежной политики без учёта международных последствий этой политики. Например, страна, которая проводит политику внутреннего сокращения кредитов, ведущую к росту процентных ставок, должна стимулировать приток иностранных валют, что поднимает ВАЛЮТНЫЙ КУРС валюты этой страны.

Большую часть периода с 1945 г. денежная политика использовалась как метод стабилизации в краткосрочном периоде, но в основном на втором месте после ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ. Однако в связи с недавним ростом популярности монетаристских идей контроль над предложением денег в длительном периоде занял центральное место в арсенале средств экономической политики.

См. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ, СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ, МОНЕТАРИЗМ, КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ, СРЕДНЕСРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ФИНАНСОВАЯ ИННОВАЦИЯ, ДЕНЕЖНОЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЕ.

КРЕДИТНОЕ СЖАТИЕ (credit squeeze) — любое действие, принимаемое руководящими денежно-кредитными учреждениями для уменьшения суммы КРЕДИТОВ, выдаваемых КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ, ФИНАНСОВЫМИ ПАЛАТАМИ и т. д. Эти меры формируют ту часть КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ правительства, которая направлена на снижение СОВОКУПНОГО СПРОСА путём затруднения получения кредитов и повышения ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК.

КРЕДИТНЫЙ КОНТРОЛЬ (credit controls) — 1. Регулирование процесса заимствования из ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ, являющееся частью КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ. Общим средством ограничения кредитной экспансии являются ОПЕРАЦИИ НА ОТКРЫТОМ РЫНКЕ. Более избирательная форма контроля — регулирование потребительского КРЕДИТА в РАССРОЧКУ (покупка в рассрочку). Эта мера состоит в том, что покупка определённых товаров находится под контролем руководящих денежно-кредитных учреждений, которые устанавливают максимальный размер аванса и максимальный период погашения кредита.

2. Контроль, осуществляемый фирмой над её коммерческими дебиторами для того, чтобы клиенты возвращали свои ДОЛГИ в срок и чтобы минимизировать риск появления безнадёжных долгов. Цель кредитного контроля — минимизация денежных средств, которые «омертвляются» в виде дебиторской задолженности, и, как следствие, повышение прибыльности и ликвидности.

См. ФАКТОРИНГ, ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ.

КРЕДИТОР — 1. (creditor) — физическое или юридическое лицо, которому другое физическое или юридическое лицо должно деньги либо за товары, услуги или за сырьё, которые он поставил, но не получил ещё оплаты (коммерческий кредит), либо за предоставленный ЗАЁМ. Кредиторов также называют «кредиторами по расчётам».

См. ДОЛЖНИК, КРЕДИТ.

2. (lender) — лицо, фирма или учреждение, предоставляющее ЗАЁМЩИКУ ССУДУ, позволяя последнему финансировать своё ПОТРЕБЛЕНИЕ и ИНВЕСТИЦИИ. Кредиторы часто требуют от заёмщиков предоставления ЗАЛОГА, например права распоряжения собственностью, которым кредиторы могут воспользоваться в случае невыплаты заёмщиком ссуды.

См. также КРЕДИТ, ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

КРЕДИТОР ПОСЛЕДНЕЙ ИНСТАНЦИИ (lender of last resort) — выражение, описывающее функцию ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА Великобритании в предоставлении денежных средств УЧЁТНЫМ ДОМАМ, когда те испытывают нехватку наличности. В ситуации, когда КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ имеют меньше ликвидных активов, чем им требуется для обеспечения своей финансовой безопасности (т. е. ниже НОРМЫ РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ), они стремятся повысить свою ликвидность. Банки могут добиться этого либо путём продажи КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ Центральному банку, либо требуя погашения краткосрочных займов учётными домами, которые, в свою очередь, занимают средства у Центрального банка. Чтобы гарантировать тот факт, чтобы учётные дома обращались к Центральному банку лишь в случае крайней необходимости, последний назначает для них более высокие процентные ставки, чем те, что преобладают на рынке. Эта «штрафная» процентная ставка теперь называется ВЕКСЕЛЬНОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ (ранее — минимальная ставка кредитования). Учётный дом обязан предоставлять залог (например, в виде государственных облигаций) в качестве обеспечения займа.

Роль Центрального банка как кредитора последней инстанции позволяет гарантировать сохранение ликвидности активов коммерческих банков и, таким образом, помогает поддерживать в обществе доверие к БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ.

См. «ПАРАДНЫЙ ВХОД», «ЧЁРНЫЙ ХОД».

КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ (indifference curve) — кривая, представляющая альтернативные наборы из двух благ, каждый из которых приносит одинаковую ПОЛЕЗНОСТЬ или удовлетворение. См. рис. 49. Кривые безразличия совместно с БЮДЖЕТНЫ-

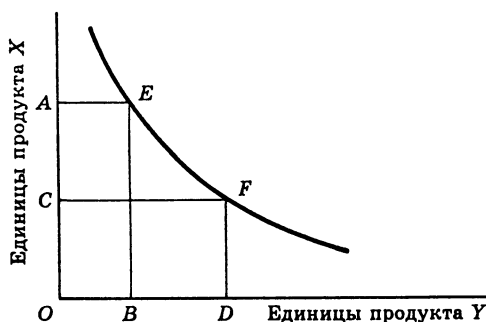


Рис. 49. Кривая безразличия. Набор OA единиц блага X и OB единиц блага Y приносит потребителю столько же удовлетворения, сколько и набор OC единиц блага X и OD единиц блага Y .

Кривые безразличия всегда имеют отрицательный наклон, так как потребители, действующие рационально, всегда будут предпочитать большее количество обоих благ. Поэтому два набора благ, в одном из которых имеется большее количество обоих благ, чем в другом, не будут равноценны для потребителей. Иными словами, потребители готовы отказаться от некоторого количества одного блага, если они получают взамен большее количество другого блага. Таким образом, они не отдают предпочтения ни одному из наборов: ни набору E , содержащему большее количество блага X и малое количество блага Y , ни набору F , в котором большее количество блага Y и малое количество блага X (см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК).

ми линиями используются для определения равновесия потребителя при покупке двух благ и для анализа последствий изменения относительных цен этих двух благ в зависимости от спроса (см. ЭФФЕКТ ЦЕНЫ).

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, КАРТА БЕЗРАЗЛИЧИЯ.

КРИВАЯ ДОХОДНОСТИ (yield curve) — линия, отображающая связь между нормами дохода по ОБЛИГАЦИЯМ различных сроков погашения. Наклон этой линии показывает наличие или отсутствие тенденции ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК к росту или падению.

КРИВАЯ ДОХОД—ПОТРЕБЛЕНИЕ (income—consumption curve) — графическое представление соотношения между ДОХОДОМ потребителя и объемом его спроса на товар (см. СПРОС). См. рис. 50. Наклон кривой доход—потребление отражает ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ. При этом крутая кривая спроса

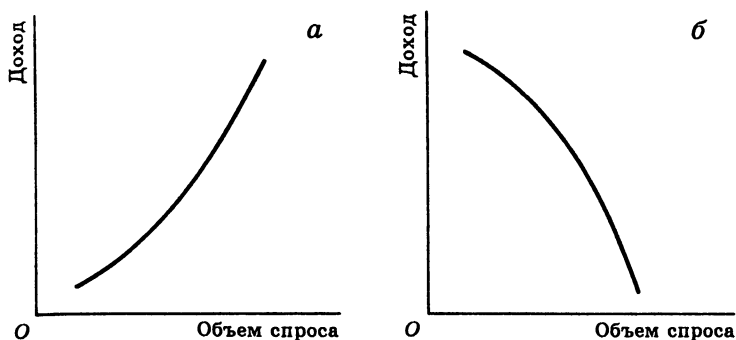


Рис. 50. Кривая доход—потребление. а. Кривая доход—потребление для НОРМАЛЬНОГО ТОВАРА: когда доход растёт, спрос на этот товар также растёт. б. Кривая доход—потребление для НИЗШЕГО ТОВАРА: когда доход растёт, покупатели приобретают меньше этого товара, так как они могут покупать какие-либо другие, более дорогие товары. См. эластичность спроса по доходу.

описывает неэластичный по доходу спрос, характеризующийся малыми изменениями объёма спроса на товар при больших изменениях дохода. И наоборот, пологая кривая спроса описывает высокоэластичный по доходу спрос.

КРИВАЯ ЛАФФЕРА (Laffer curve) — кривая, показывающая возможную зависимость между ставкой подоходного налога и совокупными налоговыми поступлениями (см. НАЛОГ) государства. На рис. 51 изображена типичная кривая Лаффера. При повышении государством ставки налога в пересчёте на 1 ф. ст. дохода совокупные налоговые поступления вначале возраста-

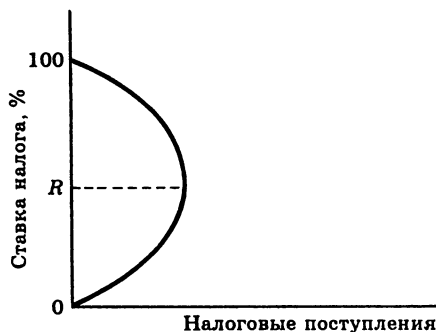


Рис. 51. Кривая Лаффера.

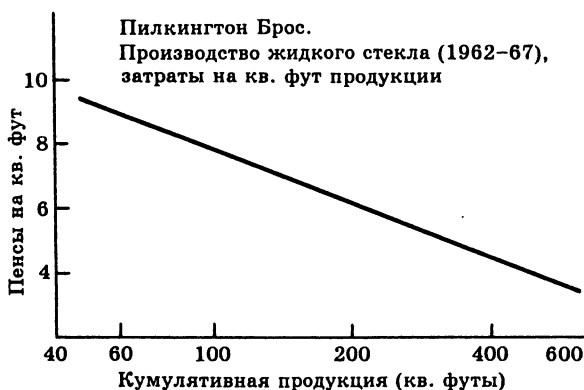


Рис. 52. Кривая опыта. Оценка снижения затрат на квадратный фут по мере увеличения выпуска жидкого стекла при использовании «революционной» технологии производства. Источник: Monopoly Commission, Float glass report, HMSO, 1968.

ют. Однако, когда ставка налога поднимается выше OR , он начинает оказывать противоположное воздействие: уменьшается количество людей, желающих работать (см. ЛОВУШКА БЕДНОСТИ), а те, кто уже работает, утрачивают стимулы к сверхурочной работе. В результате сокращается налогооблагаемая база, и государственные налоговые поступления падают, несмотря на высокую ставку налога. Зависимость, отражаемая кривой Лаффера, в последние годы использовалась рядом государств как оправдание снижения налогов в рамках программы стимулирования деловой активности (см. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ).

КРИВАЯ ОПЫТА, или КРИВАЯ ОБУЧЕНИЯ (experience curve or learning curve), — представление процесса, в ходе которого управляющие и исполнители узнают на опыте, как использовать новые технологии наиболее эффективно, таким образом, чтобы большее знакомство с ними и многократное их повторение способствовали постепенному снижению единичных затрат производства. См. рис. 52.

См. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (supply curve) — линия, отображающая связь между ЦЕНОЙ БЛАГА или ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА и объемом предложения за данный период времени. «Предложение» означает общее количество блага или фактора, которое фирмы или владельцы факторов готовы продать по данной цене.

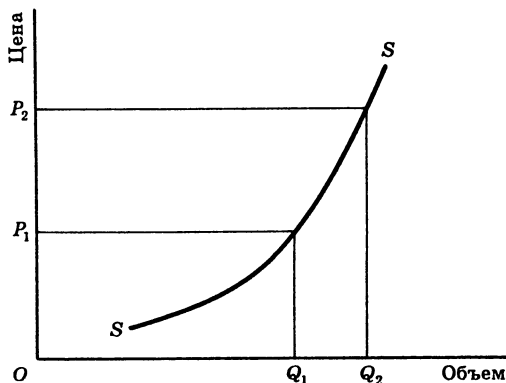


Рис. 53. Кривая предложения.

Типичная рыночная кривая предложения продукта имеет положительный наклон. Это означает, что с ростом цены объем предложения увеличивается (т. е. происходит движение вдоль существующей кривой предложения). Таким образом, если цена повысится с OP_1 до OP_2 (на рис. 53), то объем предложения возрастет с OQ_1 до OQ_2 .

На рис. 53 изображена кривая предложения для рынка в целом. Эта кривая получена путём суммирования по горизонтали индивидуальных кривых предложения всех производителей блага. Кривые, в свою очередь, выведены из кривых затрат данных производителей.

Большинство кривых предложения имеет положительный наклон, так как по мере роста цены продукта производители находят более выгодным увеличить объем производства за счёт использования существующих производительных мощностей, а также потому, что любое возрастание ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ в коротком периоде, связанное с увеличением выпуска, будет покрываться более высокой ценой.

Угол наклона кривой предложения отражает чувствительность объема предложения к изменениям цены продукта. Например, если значительный рост цены вызывает лишь небольшое увеличение объема предложения (кривая предложения имеет крутой наклон), то говорят, что предложение неэластично по цене (см. ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ).

Кривая предложения взаимодействует с КРИВОЙ СПРОСА в определении РАВНОВЕСНОЙ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ.

См. СДВИГ КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

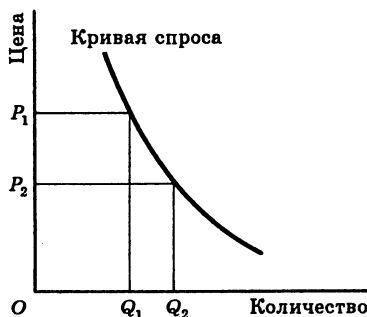


Рис. 54. Кривая спроса. Объем спроса есть то количество товара или услуг, которое готовы купить потребители по данной цене. Рассматривается всегда только *эффективный спрос* (платёжеспособный спрос), а не просто спрос, основанный на потребности или желании. Обычная кривая рыночного спроса имеет отрицательный наклон, отражая тот факт, что по мере падения цены объем спроса растет. Таким образом, если цена падает с OP_1 до OP_2 , то объем спроса растет с OQ_1 до OQ_2 .

КРИВАЯ СПРОСА (demand curve) — линия показывающая связь между ЦЕНОЙ на БЛАГО или ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА и величиной СПРОСА в единицу времени. См. рис. 54.

Большинство кривых спроса имеет отрицательный наклон, так как (а) по мере того, как цена на данный продукт падает, потребители стремятся в своих покупках заменить этим (теперь более дешёвым) продуктом другие; (б) по мере того как цена на данный продукт падает, реальный доход потребителей, как следствие этого, растёт, позволяя им покупать больше продуктов (см. ЭФФЕКТ ЦЕНЫ, ЭФФЕКТ ДОХОДА, ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ). Однако в редких случаях может иметь место КРИВАЯ СПРОСА С ПОЛОЖИТЕЛЬНЫМ НАКЛОНОМ.

Наклон кривой спроса отражает степень восприимчивости величины спроса к изменениям цены продукта. Например, если значительное сокращение цены приводит к небольшому увеличению спроса (как было бы в том случае, если бы кривая спроса имела крутой наклон), тогда говорят, что спрос *неэластичен по цене* (см. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ).

Кривая спроса во взаимодействии с КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ даёт РАВНОВЕСНУЮ РЫНОЧНУЮ ЦЕНУ.

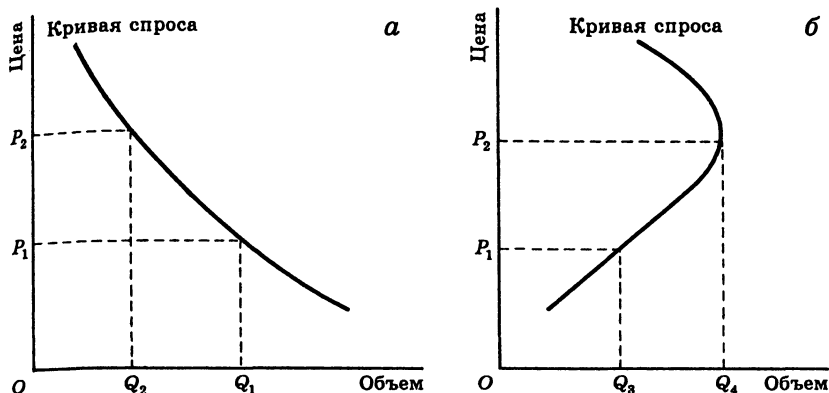


Рис. 55. Кривая спроса с положительным наклоном.

См. ФУНКЦИЯ СПРОСА, СДВИГ КРИВОЙ СПРОСА, УБЫВАЮЩАЯ ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФАКТОРНЫЙ ДОХОД.

КРИВАЯ СПРОСА С ПОЛОЖИТЕЛЬНЫМ НАКЛОНОМ (upward-sloping demand curve) — КРИВАЯ СПРОСА, которая (на некотором участке) описывает *прямую*, а не *обратную* зависимость между ценой на продукт и объёмом спроса на него в единицу времени.

Большинство кривых спроса основаны на допущении о рациональности потребителей при покупке ими благ и полной их информированности о ценах и характеристиках продуктов. Если изменить любое из этих допущений, то ФУНКЦИЯ СПРОСА может изображаться не обычной кривой спроса для нормального товара (как на рис. 55а), а кривой спроса с положительным наклоном (как на рис. 55б).

Если цена растёт с OP_1 до OP_2 (рис. 55а), то объём спроса на продукт *уменьшается* с OQ_1 до OQ_2 . Если цена растёт с OP_1 до OP_2 (рис. 55б), то объём спроса на продукт *увеличивается* с OQ_3 до OQ_4 . Последнее может иметь место (а) из-за демонстративного потребления (см. ЭФФЕКТ ВЕБЛЕНА); (б) из-за веры в то, что если цена продукта возрастает, то его качество улучшается; (в) из-за того, что продукт является ТОВАРОМ ГИФФЕНА.

КРИВАЯ ТРАНСФОРМАЦИИ (transformation curve) — см. ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.

КРИВАЯ ФИЛЛИПСА (Phillips curve) — кривая, описывающая зависимость (установлена на основе эмпирических наблюдений

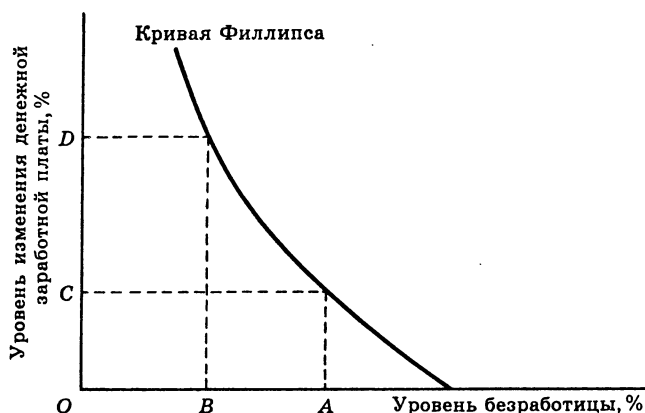


Рис. 56. Кривая Филлипса.

британским экономистом А.-В. Филлипсом) между уровнем БЕЗРАБОТИЦЫ и темпом изменения ДЕНЕЖНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ и, следовательно, темпом изменения цен (ИНФЛЯЦИЕЙ). Уменьшение безработицы (от A до B на рис. 56), происходящее вследствие повышения уровня СОВОКУПНОГО СПРОСА, приводит к ускорению темпа роста денежной заработной платы (с C до D), что отражает большую готовность работодателей финансировать увеличение денежной заработной платы при увеличении спроса на их продукцию. Напротив, увеличение безработицы и падение спроса ведут к снижению темпа роста денежной заработной платы. Таким образом, кривая предполагает наличие «проблемы выбора» между безработицей и ИНФЛЯЦИЕЙ СПРОСА. Однако, хотя в прошлом статистические данные строго соответствовали зависимости, описываемой кривой Филлипса, в настоящее время безработица и инфляция имеют тенденцию сосуществовать вместе (см. СТАГФЛЯЦИЯ). Это привело к попыткам изменить кривую Филлипса для того, чтобы, например, учесть влияние ценовых ожиданий на увеличение денежной заработной платы.

См. также УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ / ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА.

КРУГОВАЯ ДИАГРАММА (pie chart) — диаграмма, представляющая данные в графической форме и показывающая относительную часть каждой категории в общем объеме, которая отображается относительным размером сектора; общему объему соответствует полный круг.

КРУЖОК КАЧЕСТВА (quality circle) — группа наёмных работников, которые периодически встречаются, обычно под руководством их непосредственного начальника, для обсуждения способов улучшения КАЧЕСТВА продукта или услуг, которые производит их организация.

См. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

КУПОН (coupon) — 1. Документ, подтверждающий право собственности на ЦЕННУЮ БУМАГУ и право получения платежей по ней. Купоном является, например, свидетельство на АКЦИЮ 1 или свидетельство на ЦЕННУЮ БУМАГУ НА ПРЕДЪЯВИТЕЛЯ.

2. Средство обеспечения сбыта продукции. Покупателям предлагаются купоны, на которые можно получить наличные деньги, призы или другие товары.

КУПОННАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (coupon interest rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА по ОБЛИГАЦИИ, начисляемая на её номинальную стоимость. Например, облигация номиналом в 100 ф. ст. с купонной процентной ставкой, равной 5%, будет приносить ежегодный номинальный доход, равный 5 ф. ст.

См. ЭФФЕКТИВНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА.

КУРНО ОГЮСТЕН (1801—1877) (Cournot, Augustin) — французский экономист, исследовавший проблемы ценообразования в условиях конкуренции и монополии и отразивший результаты этих исследований в своей книге «Математические принципы теории богатства» (1838).

О. Курно рассматривал меновую ценность продуктов, а не их полезность. Он использовал математические методы для исследования взаимосвязи между продажной ценой продукции и затратами на её производство, развивая идею монопольной цены (см. МОНОПОЛИЯ). Курно известен также своими исследованиями ОЛИГОПОЛИИ, в частности — ДУОПОЛИИ. Согласно его концепции, каждая из двух фирм будет реагировать на изменение объёма выпуска другой фирмой, пока они не достигнут стабильного объёма выпуска, отклонения от которого будут для каждой из них нежелательны.

КУРС ВАЛЮТЫ (rate of exchange) — см. ВАЛЮТНЫЙ КУРС.

Л

ЛАТИНОАМЕРИКАНСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ (Latin American free Trade Association (LAFTA)) — региональный альянс, созданный в 1960 г. с целью ускорения ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ экономики стран-членов посредством образования ЗОН СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ. Первоначально членами Ассоциации были семь стран: Аргентина, Бразилия, Перу, Чили, Мексика, Парагвай и Уругвай. Впоследствии к ним присоединились Колумбия, Эквадор и Венесуэла.

Однако из-за различных начальных уровней экономического развития стран-членов и серьёзных национальных расхождений в вопросах политики продвижение к либерализации торговли было ограничено. В 1966 г. ряд наиболее слабых членов ассоциации (Чили, Колумбия, Эквадор, Перу и Боливия), пытаясь разрешить растущие расхождения во взглядах между ними и более развитыми странами региона (Бразилия, Аргентина и Мексика), создали свою тесно сплочённую подгруппу (Андская группа).

См. также ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

ЛЕВЕРЕДЖ (capital gearing or leverage) — отношение ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА с фиксированным процентом к используемому в финансировании деятельности компании АКЦИОНЕРНОМУ КАПИТАЛУ. Если компания получает большую часть требующихся ей средств, выпуская акции, а займы с фиксированным процентом использует в незначительном объёме, то она имеет малый левередж. Если же компания получает большую часть необходимых средств за счёт займов с фиксированными процентами и получает от АКЦИОНЕРОВ лишь небольшую сумму, то она имеет большой левередж.

Левередж важен для акционеров компании, поскольку выплаты по ссудам с фиксированным процентом влияют на величину остаточного дохода, который получают акционеры из валовой прибыли. Когда доход на вложенные деньги превышает

ставку процента по ссудам, весь остаточный доход достаётся акционерам, увеличивая их доход. Но если средняя норма дохода на вложенные деньги меньше, чем ставка процента, то процент всё же должен быть выплачен, и это приводит к уменьшению дохода, поступающего в распоряжение акционеров. Таким образом, доходы акционеров изменяются более интенсивно при большом левередже.

Степень, с которой компания может использовать ссуды с фиксированным процентом в качестве источника долгосрочного финансирования, во многом зависит от стабильности прибылей во времени. Например, большие компании, занимающиеся розничной торговлей, прибыли которых из года в год изменяются мало, имеют больший левередж, чем горнодобывающие компании, у которых прибыли более изменчивы.

ЛИЗИНГ (leasing) — покупка АКТИВА (главным образом, зданий, оборудования и транспортных средств) лизинговой компанией, которая, оставаясь впоследствии собственником этих активов, сдаёт их внаём своим клиентам за установленную плату. Лизинг — хороший источник ИНВЕСТИЦИЙ, так как он позволяет отдельным лицам или компаниям использовать активы, не вкладывая больших капиталов в их покупку.

См. ДОГОВОР ОБ АРЕНДЕ, ЗАБАЛАНСОВОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ.

ЛИКВИДАЦИЯ (liquidation) — процесс, в ходе которого существование АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ как юридического лица прекращается вследствие её закрытия. Этот процесс может быть начат либо по требованию КРЕДИТОРОВ в случае банкротства компании (принудительная ликвидация), либо директорами компании или её АКЦИОНЕРАМИ, и тогда он называется добровольной ликвидацией.

Лицо, назначенное директорами/акционерами или кредиторами руководить ликвидацией, продаёт АКТИВЫ компании. Выручка от продажи используется для погашения задолженности кредиторам компании. Если этих средств недостаточно, чтобы рассчитаться со всеми кредиторами (см. НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ), то в первую очередь деньги выплачиваются приоритетным кредиторам (например, задолженность НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ), а затем остальным в порядке очерёдности. Оставшиеся после уплаты всем кредиторам деньги распределяются в порядке очереди между акционерами компании.

См. также ОГРАНИЧЕННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ.

ЛИКВИДНОСТЬ (liquidity) — мера того, насколько быстро и полно можно обменять какой-либо АКТИВ на НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ (банк-

ноты и монеты), чтобы использовать его как средство платежа. Денежные активы (см. ДЕНЬГИ) являются наиболее ликвидными, так как они принимаются повсеместно в качестве средства обмена. Долгосрочные и весьма специфичные активы, такие как оборудование, наименее ликвидны, так как они могут быть обращены в деньги лишь после того, как найдётся покупатель, готовый заплатить за данный актив известную сумму.

ЛИКВИДНЫЙ АКТИВ (liquid asset) — денежный актив (например, НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ), который может использоваться непосредственно как средство платежа.

См. ДЕНЬГИ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, ПРЕДПОЧТЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ.

ЛИМИТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ, или **УПРЕЖДАЮЩАЯ ЦЕНА** (limit pricing or entry-deterrence price), — ценовая стратегия, используемая олигополистами (см. ОЛИГОПОЛИЯ) на рынке для создания БАРЬЕРОВ ВХОДА, предупреждающих вход на него новых конкурентов. Модель лимитного ценообразования показана на рис. 57, где барьером входа является ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА. Общий выпуск укоренившихся фирм составляет OQ_1 единиц продукции, которая продается по цене OP_1 . Минималь-

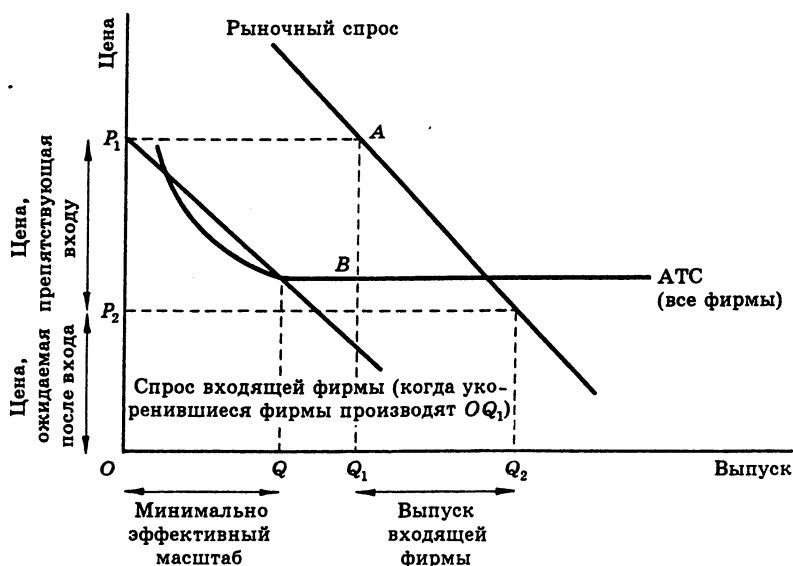


Рис. 57. Лимитное ценообразование.

ный ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ производства для вновь пришедшей на рынок фирмы, обеспечивающий такую же эффективность затрат, как и у укоренившихся фирм, равен Q_1Q_2 (и OQ). Можно видеть, что в результате увеличения существующего на рынке предложения (OQ_1) на величину этого «дополнительного» выпуска рыночная цена снижается до уровня OP_2 , при котором вступление на рынок невыгодно. Укоренившиеся фирмы, таким образом, имеют возможность назначить цену, ограничивающую вход (OP_1), обеспечивая себе получение СВЕРХПРИБЫЛИ (отрезок AB).

ЛИМИТЫ НАЛИЧНОСТИ (cash limits) — средство контроля над расходами государственного сектора, заключающееся в установлении для департаментов правительства или национализированных отраслей максимума общих расходов, причём льготы в связи с инфляцией сознательно не делаются.

См. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ (ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ) РАСХОДЫ.

ЛИНЕЙНОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ (linear programming) — система математических методов анализа и решения задач отыскания максимума или минимума линейной функции при линейных ограничениях. Широко применяется в экономике к задачам такого использования ограниченных ресурсов, которое наилучшим образом обеспечивает достижение желаемых целей, например минимизацию затрат или максимизацию прибыли. При этом располагаемые количества ресурсов выступают в качестве ограничений.

Рассмотрим, например, фирму, которая производит только два продукта: книжные шкафы и стулья, и ей необходимо решить, какое количество каждого продукта производить. Объём выпуска компании ограничен доступными ей производственными ресурсами, что и показано на рис. 58, где количество книжных шкафов откладывается по оси абсцисс, а количество стульев — по оси ординат. Если компания располагает 80 часами работы оборудования в неделю при том, что производство книжного шкафа требует 5 часов работы оборудования, а производство стула также 5 часов, то максимальный объём выпуска на данном оборудовании будет представлен линией XU . Далее, если в распоряжении компании имелось только 84 человеко-часа рабочего времени персонала при том, что производство каждого книжного шкафа требует 7 часов работы, а производство стула 3 часов, то максимальный объём выпуска при данном количестве имеющегося основного производственного персонала изображается линией RT .

Фигура $OXZT$ показывает все возможные комбинации выпуска книжных шкафов и стульев, которые могут быть произ-

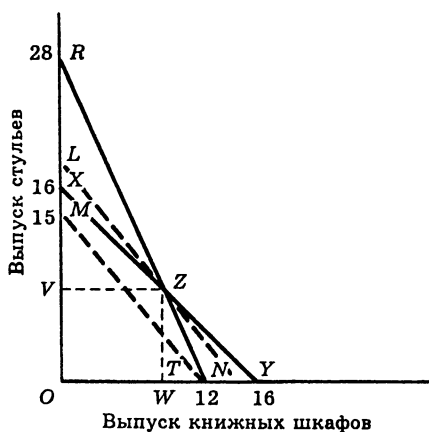


Рис. 58. Линейное программирование.

ведены при ограниченном объеме машино-часов и человеко-часов (*область допустимых решений*).

Если каждый проданный шкаф (b) приносит прибыль в 5 ф. ст., а каждый стул (c) — 4 ф. ст., то фирма, руководствуясь идеей максимизации прибыли, должна стремиться максимизировать выпуск:

$$5b + 4c.$$

Например, чтобы получить прибыль в 60 ф. ст., компания может произвести 12 книжных шкафов или 15 стульев либо некоторую комбинацию этих товаров, представленных пунктирной линией MT на рис. 58. Комбинации книжных шкафов и стульев, приносящие большую прибыль, могут быть показаны другими линиями, параллельными MT, например LN, которая находится дальше от начала координат. Линия LN представляет наибольшую прибыль, которую фирма может получить при данном количестве человеко-часов и машино-часов, так как это самая высокая из прямых, которая только касается ресурсного ограничения, представленного областью допустимых решений OXZT. Поэтому фирма остановится на позиции, обозначенной точкой Z, выпуская OV стульев и OW шкафов в неделю, максимизируя прибыль при данном количестве ресурсов.

Линейное программирование также позволяет получить информацию о ценности дополнительных ресурсов для данной компании. Например, можно узнать, насколько возрастет прибыль при увеличении человеко-часов и машино-часов в распоряжении фирмы, и таким образом найти то максимальное ко-

личество средств, которое компания должна вложить в покупку дополнительных единиц этих ресурсов. Максимальный объём средств, который компания может позволить себе заплатить за дополнительные ресурсы, не жертвуя прибылью, называется **ТЕНЕВОЙ ЦЕНОЙ** человеко-часов и машино-часов, которыми располагает фирма.

См. ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.

ЛИНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ — см. БЮДЖЕТНАЯ ЛИНИЯ.

ЛИСТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ (listed company) — АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ открытого типа, акции которой продаются на центральной ФОНДОВОЙ БИРЖЕ. Для внесения в списки на центральной фондовой бирже компания должна предоставить исчерпывающую информацию о своей деятельности.

См. КОТИРУЕМАЯ КОМПАНИЯ, ВНЕБИРЖЕВОЙ РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ.

ЛИЦЕНЗИРОВАННЫЙ ДЕПОЗИТАРИЙ (licensed deposit taker) — КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК, СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ БАНК или ФИНАНСОВАЯ ПАЛАТА, которые допущены Банком Англии к деятельности в сфере банковских услуг и, таким образом, подлежат кредитному контролю.

ЛИЦЕНЗИЯ (license) — 1. Предоставление одной ФИРМОЙ другой фирме (*исключительная лицензия*) или ряду фирм (*неисключительная лицензия*) права (прав) на производство её продукта или на использование её технологии или сбытовых возможностей. Предоставление государством какому-либо государственному предприятию (например, газовой компании) или частной фирме прав на производство определённого товара или услуги также носит название лицензии. Предоставление лицензии в этом случае оформляется в виде КОНТРАКТА, действующего в течение определённого срока, причём получатель лицензии, как правило, платит лицензионный платёж или КОМИССИОННЫЕ за использование указанных прав.

2. Документ, который служит юридическим доказательством права собственности (или права на совершение каких-либо действий) в соответствии с установленными законом или частными требованиями и выдаётся за отдельную плату, например лицензия на телевидение, выданная государством, или частная лицензия на рыболовный промысел. Подобные лицензии выдаются, прежде всего, с целью получения дохода.

3. Документ, удостоверяющий, что данные учреждения или лица пригодны к тому виду деятельности, которой они занимаются, например владельцы лицензии казино, лицензированный дилер на рынке ценных бумаг.

ЛИЧНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА (personal distribution of income) — распределение НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, классифицированное согласно уровню дохода, получаемого частным лицом или домашним хозяйством. Уровень доходов людей зависит от разнообразных факторов, включая различие в природных способностях, образовании, специальных навыках, а также различия по степени БОГАТСТВА. Личное распределение первоначального дохода, т. е. дохода до выплаты налогов и получения государственных пособий (пенсий) и льгот (на здравоохранение, образование) может быть очень неравномерным. Личное распределение первоначальных доходов в Великобритании приведено ниже (Sicial Trends, 1992):

20%-ные группы домашних хозяйств	Первоначальный доход, %
Верхняя	2
Вторая	7
Третья	16
Четвёртая	25
Нижняя	50

См. также ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ, ПРИНЦИПЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА, ДОХОД НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ.

ЛИШЕНИЕ ПРАВА ПОЛЬЗОВАНИЯ (foreclosure) — отказ ВЕРТИКАЛЬНО ИНТЕГРИРОВАННОЙ фирмы (см. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ) поставлять ресурсы своим неинтегрированным соперникам или сбывать их продукцию, чтобы поставить их в невыгодное положение. Когда число независимых альтернативных источников сырья и каналов сбыта на рынке значительно, это вряд ли нанесёт вред конкурентам. Однако, если ДОМИНИРУЮЩАЯ ФИРМА контролирует большинство источников ресурсов и каналов сбыта, а создать новые источники и каналы сбыта сложно, могут возникнуть серьёзные антиконкурентные последствия. В рамках британской ПОЛИТИКИ в ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ дела о вертикальной интеграции могут передаваться на расследование КОМИССИИ ПО МОНОПОЛИЯМ и СЛИЯНИЯМ.

См. ОТКАЗ В ПОСТАВКЕ.

ЛОББИРОВАНИЕ (lobbying) — оказание давления на государственные органы с целью склонения их к принятию политических решений или распределения ресурсов, отвечающих интересам определённых групп. Так, фермеры оказывают давление на Министерство сельского хозяйства, добиваясь повышения закупочных цен на свою продукцию; защитники окружающей среды добиваются более жёсткого контроля за выбросами.

ЛОВУШКА БЕДНОСТИ (poverty trap) — ситуация, при которой безработный, получающий пособия по социальному обеспечению, не желает искать работу, так как его потенциальный заработок будет *меньше* получаемого им пособия по безработице. Такие пособия представляют собой «линию дна» (т. е. обеспечение некоторого социально и политически «приемлемого» минимального уровня жизни). Проблема состоит в том, как согласовать пособия с «трудовой этикой». Один из возможных выходов из этой ситуации состоит в том, чтобы правительство обеспечивало работодателей субсидиями, которые позволят повысить заработную плату выше уровня социальных пособий, даже если ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА ФАКТОРА (получаемая от найма работника) не оправдывает этого. Такая мера служит экономическим стимулом для поиска работы, побуждает людей приобретать опыт работы и квалификацию, что, в свою очередь, повышает их долгосрочные «потенциальные заработки».

С другой стороны, несоответствие между установленным правом на получение пособия по социальному обеспечению (основанному на одной системе шкал дохода) и пороговым уровнем дохода, начиная с которого люди начинают выплачивать налоги (основанном на другой системе шкал дохода), может быть устранено введением ОТРИЦАТЕЛЬНОГО ПОДОХОДНОГО НАЛОГА. Система отрицательного подоходного налога объединяет систему пособий по социальному обеспечению с системой ПРОГРЕССИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ в единую налоговую систему. В рамках этой единой налоговой системы люди платят налоги в том случае, когда они работают и зарабатывают больше установленного минимального дохода, а те, кто не работает или получает доход, меньший установленного минимума, пользуются налоговыми льготами.

См. также ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ЛОВУШКА ЛИКВИДНОСТИ (liquidity trap) — ситуация, при которой ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА столь низка, что люди предпочитают хранить деньги (ПРЕДПОЧТЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ), а не инвестировать их. При низких процентных ставках ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ становится бесконечно эластичным. В этих условиях любая попытка денежных властей снизить процентные ставки для стимулирования ИНВЕСТИЦИЙ (см. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ) будет тщетной и приведёт лишь к увеличению объёма сбережений.

Кейнс отмечал, что в экономике, находящейся в состоянии депрессии и испытывающей ловушку ликвидности, единственным способом стимулирования инвестиций является увеличение ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ или сокращение НАЛОГОВ, чтобы по-

высить СОВОКУПНЫЙ СПРОС и укрепить уверенность бизнесменов в будущем процветании, побуждая их к инвестированию.

ЛОЖНОЕ ОБОБЩЕНИЕ (fallacy of composition) — ошибка в экономических рассуждениях, возникающая тогда, когда положение, справедливое по отношению к индивиду или частному, распространяется на группу или целое. Так, например, если небольшая часть людей начинает сберегать больше, это может быть сочтено за «хороший знак», ибо больше средств становятся доступными для финансирования инвестиций. Но если все люди начнут сберегать больше, это сократит общие расходы и доходы и приведёт, в конце концов, к падению общей суммы сбережений.

См. ПАРАДОКС БЕРЕЖЛИВОСТИ.

ЛОКАУТ (lockout) — действие работодателя, которое заключается в увольнении части работающих при ПРОИЗВОДСТВЕННОМ КОНФЛИКТЕ.

См. ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ЗАБАСТОВКА.

ЛОМАНАЯ КРИВАЯ СПРОСА (kinked demand curve) — кривая, объясняющая, почему цены, назначенные конкурирующими олигополистами (см. ОЛИГОПОЛИЯ), будучи однажды установленными, сохраняют свою стабильность и в дальнейшем. На рис. 59 DD — КРИВАЯ СПРОСА для случая, когда все фирмы назначают *одну* цену. Начиная с точки K , если одна из фирм назначит более высокую цену, чем у её соперников, она уступит своим конкурентам часть объёма продаж, поэтому кривая

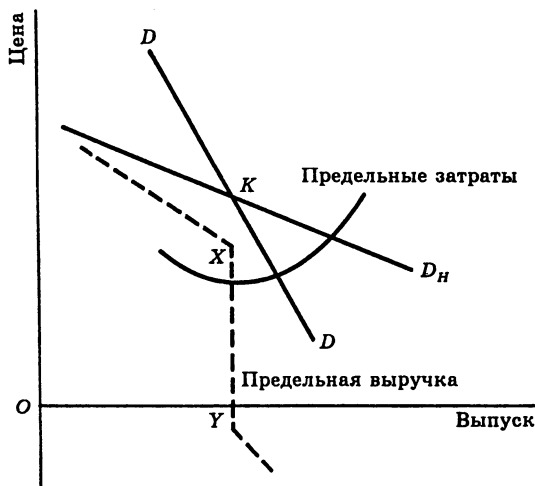


Рис. 59. Ломаная кривая спроса.

спроса для неё ограничивается $D_H K$. С другой стороны, если эта фирма назначит более низкую, чем у конкурентов, цену, она не сможет захватить у них часть рынка, поскольку конкуренты, чтобы не допустить этого, также сократят цены в соответствии с кривой DD . Таким образом, очевидно, что повышения и понижения цены самоустраниются. Это показано на ломаной кривой спроса, где все цены тяготеют к уровню, соответствующему точке K . Теоретически утверждается, что цена K способна «держаться» даже при изменении затрат.

На рисунке виден резкий скачок кривой предельной выручки, соответствующий излому кривой спроса. Это означает, что при вертикальных сдвигах кривой предельных затрат (в пределах отрезка XY) K остаётся ценой максимизации прибыли.

См. ТЕОРИЯ ИГР, ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ, ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО.

ЛОМБАРД (pawnbroker) — частное лицо или фирма, предоставляющие ссуды и вступающие во временное владение АКТИВАМИ должника, выступающими в качестве гарантии возвращения займа. Должники могут получить своё имущество, выплатив полностью сумму займа и проценты по нему. Если должники не выполняют своих обязательств, ломбард имеет право продать их имущество.

ЛОМЕЙСКИЕ СОГЛАШЕНИЯ (Lomé agreements) — соглашения, подписанные в 1975 и 1979 гг. между ЕВРОПЕЙСКИМ СООБЩЕСТВОМ и 58 африканскими, карибскими и тихоокеанскими странами (АКТ), обеспечивающие свободный от ТАРИФОВ вход на рынок ЕС поставщиков сырьевых продуктов и производителей промышленных товаров из этих стран. Соглашения также предусматривают оказание ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ странам АКТ из средств ЕВРОПЕЙСКОГО ФОНДА РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ и ЕВРОПЕЙСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО БАНКА и содержат схемы Stabex и Minex, используемые для стабилизации экспортных доходов тех стран, экономическое положение которых находится в тесной зависимости от экспорта сельскохозяйственных и сырьевых продуктов.

ЛОНДОНСКАЯ БИРЖА ПРОИЗВОДНЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ (London derivatives exchange) — ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК, на котором продаются и покупаются ЦЕННЫЕ БУМАГИ и ТОВАРЫ. Биржа была создана в 1990 г. посредством слияния двух рыночных учреждений: Лондонской международной финансовой фьючерсной биржи и Лондонского банка опционов.

См. ЗАКОН О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ 1986 г.

ЛОНДОНСКАЯ МЕЖБАНКОВСКАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (libor (London interbank offered rate)) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА по вкладам в долларах и других валютах, по которой крупнейшие банки готовы брать займы и предоставлять кредиты в этих ва-

лютах на ЕВРОВАЛЮТНОМ РЫНКЕ. Эта ставка отражает рыночные условия обращения международных финансовых ресурсов и широко используется банками в качестве базиса для определения процентных ставок по займам в долларах и других валютах, выдаваемых предпринимательскому сектору.

ЛОНДОНСКИЙ СИТИ (City of London) — центр ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ Великобритании, охватывающий ДЕНЕЖНЫЕ РЫНКИ (коммерческие банки и т. д.), РЫНОК КАПИТАЛА (ФОНДОВУЮ БИРЖУ), ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК, РЫНКИ ПЕРВИЧНЫХ БЛАГ и СТРАХОВЫЕ РЫНКИ. Лондонский Сити является также крупным международным финансовым центром и приносит Великобритании значительные суммы иностранной валюты от экспорта финансовых услуг.

«**ЛУНАТИК**» (moonlighter) — лицо, которое зарегистрировано в качестве безработного и получает пособие по безработице, однако имеет оплачиваемую работу «на стороне» для поддержания своего благосостояния. Например, безработный художник может заниматься украшением дома своего друга, получая некоторую сумму денег. Эта и другие сделки ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ не учитываются официально и, следовательно, не включаются в ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА данной страны.

См. УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ.

ЛЬГОТНЫЙ КРЕДИТ (soft loan) — ЗАЁМ с ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ, которая существенно ниже «нормальной» процентной ставки по кредитам с такими же целевым использованием и степенью риска. Льготные кредиты часто предоставляются как форма ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ РАЗВИВАЮЩИМСЯ СТРАНАМ со стороны развитых стран и международных институтов (см. МИРОВОЙ БАНК) и используются в качестве формы ЭКСПОРТНЫХ СУБСИДИЙ. Кроме того, льготные кредиты могут использоваться для воздействия на размещение производства в рамках РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ данной страны.

ЛЬЮИС, СЭР У. АРТУР (1915) (Lewis, sir W. Arthur) — экономист из Вест-Индии, который внёс вклад в разработку теории ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ в своей книге «Теория экономического роста» (1955). Он утверждал, что хотя экономический рост может приносить пользу, повышая уровень жизни в РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ, вместе с тем он способен разрушить национальную культуру этих стран, особенно если он достаточно стремителен. Льюис отмечал важность развития экономической инфраструктуры развивающихся стран, необходимость сосредоточения в руках общественности такого капитала, как транспортная сеть, системы связи, образование для экономического роста.

МАССТРИХТСКИЙ ДОГОВОР, 1991 г. (Maastricht Treaty, 1991) — предварительное соглашение, заключённое странами — членами ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА в целях создания условий строгой унификации их экономических и политических систем.

Договор включает три основных положения: об экономическом и валютном союзе; о политическом союзе; о реформировании структуры и деятельности сообщества. В части, касающейся экономического и валютного союза, договор предлагает трёх-этапный план необратимого изменения денежной единицы — ЕВРОПЕЙСКОЙ РАСЧЁТНОЙ ЕДИНИЦЫ (ЭКЮ). План рассматривает участие в *механизме обменных курсов* ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ в качестве предпосылки участия стран на первом этапе (1991–1994 гг.). На втором переходном этапе, начинающемся в 1994 г., создаётся Европейский денежный институт (European Monetary Institut) — предшественник будущего Европейского ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА. О готовности каждой страны войти в зону экю институт и Европейская комиссия в 1996 г. дают заключение, основывающееся на строгих критериях *экономической конвергенции*, которые предусматривают низкий темп инфляции и стабильные обменные курсы.

Третий этап, на котором все денежные системы объединяются, а кредитно-денежная политика ставится под контроль независимого Центрального банка, начнётся в 1996 г., если к этому времени большинство стран-участников будет соответствовать критериям конвергенции и примет решение о начальной дате. В противном случае Центральный банк начнёт свою деятельность в 1998 г. и третий этап начнётся 1 января 1999 г. Великобритания добилась права уклониться от участия в третьем этапе, и весь план подвержен опасности политической непоследовательности некоторых других стран (примером может служить его отклонение референдумом в Дании).

МАГАЗИН (shop) — торговое помещение, в котором происходит розничная продажа товаров приходящим покупателям. Ассортимент товаров, которые хранятся и продаются в магазинах, существенно варьирует от полной специализации на одном товаре (как, например, в обувном магазине) до розничных торговых операций с тысячами различных товаров (как в крупном универмаге). Существенно варьируют также размеры магазинов — от небольших «угловых магазинчиков» до огромных комплексов «гипермаркетов» (см. СУПЕРМАРКЕТ).

См. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВАЯ ТОЧКА, РОЗНИЧНЫЙ ТРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА.

МАГАЗИН «СДЕЛАЙ САМ» (do-it-yourself (DIY) store) — розничная торговая точка, специализирующаяся на продаже инструментов и материалов, используемых, в первую очередь, для работ по дому.

См. РОЗНИЧНЫЙ ТРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА.

МАГАЗИН УЦЕНЁННЫХ ТОВАРОВ (discount store) — розничная торговая точка самообслуживания, специализирующаяся, как правило, на узком круге товаров и использующая наступательные методы снижения цен для максимизации объёма продаж. Магазины уценённых товаров обычно входят в состав СЕТИ МАГАЗИНОВ, которая может добиваться для себя большой выгоды, осуществляя крупные ОПТОВЫЕ ЗАКУПКИ товаров у производителей.

См. РОЗНИЧНЫЙ ТРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА.

МАКРОЭКОНОМИКА (macroeconomics) — отрасль экономической науки, занимающаяся изучением общей экономической активности. Макроэкономический анализ рассматривает «работу» экономики как единого целого и выделяет стратегические факторы, определяющие уровни национального дохода и объёма выпуска, занятости и цен.

См. также МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, МИКРОЭКОНОМИКА.

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА (macroeconomic policy) — установление правительством общих целей экономики в целом и применение управляющих инструментов для достижения этих целей. Макроэкономические цели включают полную занятость, предотвращение инфляции, экономический рост, равновесие платёжного баланса. Основными инструментами регулирования экономики являются ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

См. также УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, ФИКСИРОВАННЫЕ

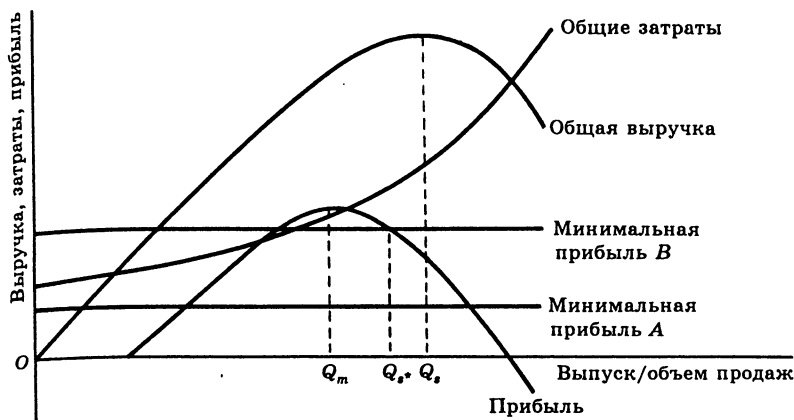


Рис. 60. Максимизация выручки.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ОПТИМИЗАЦИЯ, ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, СРЕДНЕСРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, МИКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.

МАКСИМИЗАЦИЯ ВЫРУЧКИ (sales-revenue maximization) — цель компании в ТЕОРИИ ФИРМЫ, которая используется в качестве альтернативы традиционному принципу МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ. Предполагается, что фирма стремится максимизировать выручку от реализации при условии наличия ограничения минимальной прибыли (это ограничение определяется необходимостью выплачивать дивиденды акционерам и финансировать рост фирмы). На рис. 60 выручка от реализации максимизируется при объеме выпуска OQ_s . Если ограничение минимальной прибыли для данной фирмы установлено на уровне А, то максимизирующий выручку от реализации объем выпуска OQ_s обеспечит достаточную прибыль. Однако если требуемый уровень прибыли установлен на уровне В, то максимизирующий выручку от реализации объем выпуска OQ_s будет, очевидно, неприемлемым. Объем выпуска фирмы нужно будет снизить до уровня OQ_* , который совместим с данным ограничением прибыли. Ясно, что по мере повышения требуемого минимума прибыли это ограничение становится всё более жёстким, а максимизирующий прибыль (OQ_m) и максимизирующий выручку от реализации уровни выпуска всё теснее сближаются.

См. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, ЦЕЛИ ФИРМЫ, ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ.

МАКСИМИЗАЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕГО (management-utility maximization) — цель компании в ТЕОРИИ ФИРМЫ, используемая как альтернатива традиционному подходу МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ. ФИРМА стремится к максимизации полезности или удовлетворения управляющих. При этом функция предпочтения управляющих содержит три основных компонента: полезность = F (штат, заработки, инвестиции).

Управляющие получают определённый оклад и предпочитают тратить средства компании на три указанных выше компонента (Оливер Уильямсон назвал это «предпочтением расходов») по следующим принципам.

(а) Дополнительный штат может привести к росту окладов управляющих, так как расширение штата в большинстве случаев приводит к увеличению количества уровней иерархии в данной организации и, таким образом (принимая в расчёт традиционные различия в размере окладов на различных уровнях иерархии), к повышению окладов тех, кто находится на верхней ступени в данной организации. Кроме того, расширение штата является источником власти, более высокого положения и престижа, и в этом смысле даёт гарантии сохранения должности, поскольку более крупные подразделения с меньшей вероятностью могут быть закрыты.

(б) Заработки управляющих или «случайные» доходы, например большие затраты на ведение отчётности в компании, внушительные бюджеты командировок, расходы на служебные автомобили, ценятся и как источники косвенного материального дохода (почти не облагаемого налогом), а также как средство усиления власти и престижа.

(в) Необязательные инвестиции сверх экономически необходимых позволяют управляющим осуществлять «любимые проекты» и приносят им дальнейшее усиление положения, авторитета и безопасности в виде дополнительного количества контролируемых ими производственных мощностей.

См. также УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМ, ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ.

МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ (profit maximization) — одна из основных целей фирмы в традиционных ТЕОРИИ ФИРМЫ и ТЕОРИИ РЫНКОВ. Фирмы стремятся установить такую комбинацию «цена—выпуск», которая принесёт максимальную прибыль. Достижение максимальной прибыли можно описать двумя способами.

(а) Во-первых, прибыль максимальна, когда ОБЩАЯ ВЫРУЧКА (TR) в наибольшей степени превышает ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ (TC). На рис. 61 это имеет место при уровне выпуска Q_e , при котором

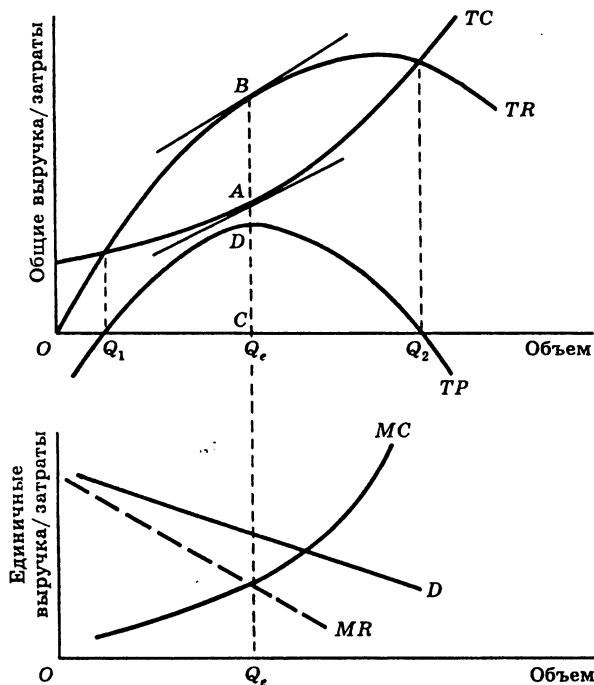


Рис. 61. Максимизация прибыли.

наклоны двух кривых (TR и TC) равны и касательные к каждой из этих кривых параллельны. При любом уровне выпуска, меньшем Q_e , соответствующие касательные будут расходиться — кривые TR и TC будут отдаляться друг от друга, и прибыль будет расти. При любом уровне выпуска, превышающем Q_e , касательные будут сходиться, разность между TR и TC будет падать и прибыль будет снижаться. Таким образом, Q_e является точкой оптимума, в которой разность между общей выручкой и общими затратами максимальна и равна AB . Разность между TR и TC изображает кривая общей прибыли (TP), которая положительна, начиная с уровня выпуска OQ_1 , возрастает при выпуске OQ_e (где прибыль $CD = AB$) и становится отрицательной за OQ_2 .

(б) Во-вторых, максимизация прибыли имеет место тогда, когда ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА (MR) равна ПРЕДЕЛЬНЫМ ЗАТРАТАМ (MC), т. е. при уровне выпуска OQ_e на рисунке. При уровнях выпуска, превышающих OQ_e , затраты растут быстрее выруч-

ки, вследствие чего общая прибыль уменьшается. При уровнях выпуска, меньших OQ_e , выпуск растёт быстрее затрат, и, таким образом, общая прибыль увеличивается. И только когда $MR = MC$, прибыль максимизирована.

См. цели фирмы.

МАКСИМИЗАЦИЯ СОВМЕСТНОЙ ПРИБЫЛИ (joint-profit maximization) — возможная оптимизация прибыли всей отрасли фирмами, взаимно координирующими политику цен и выпуска, а не конкурирующими друг с другом. Максимизация совместной прибыли связывается обычно с олигополистическим рынком (см. ОЛИГОПОЛИЯ), где фирмы, признавая свою ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ, создают систему ЦЕНОВОГО ЛИДЕРСТВА и КАРТЕЛИ.

МАКСИМИЗАЦИЯ ТЕМПОВ РОСТА АКТИВОВ (asset growth maximization) — одна из целей компании, используемая в ТЕОРИИ ФИРМЫ как альтернатива традиционной предпосылке о МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ. Предполагается, что наёмные управляющие крупных АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЙ стремятся активизировать темпы роста чистых активов своей фирмы, чтобы увеличить своё жалование, влияние и т. п., в то же время поддерживая некий минимум стоимости акций, чтобы избежать возможности поглощения компании, за которым может последовать их увольнение. На рис. 62 на горизонтальной оси отложены темпы роста активов, а на вертикальной оси — отношение рыночной стоимости акционерного капитала компании и бухгалтерской стоимости чистых активов компании (уровень стоимости акций). Вначале, по мере того как под влиянием роста активов увеличивается стоимость акционерного капитала, кривая оценки возрастает, но после того как темп роста

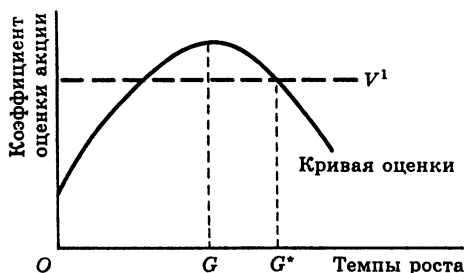


Рис. 62. Максимизация темпов роста активов. Изменение коэффициента оценки акций по отношению к темпам роста компании.

превысит уровень G , слишком большая часть прибыли будет уходить на финансирование роста, в результате чего сокращаются выплаты дивидендов акционерам и стоимость акций начинает падать. Управляющие будут стремиться выбрать наибольший темп роста (G^*), при котором стоимость акций не опускается ниже уровня V_1 , т. е. компания не рискует быть поглощённой.

См. также УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, ЦЕЛИ ФИРМЫ, ОТДЕЛЕНИЕ ОТ СОБСТВЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ.

МАЛОПОДВИЖНОСТЬ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ (wage stickiness) — тенденция заработной платы медленно снижаться при наличии избыточного предложения на рынке труда. В зависимости от степени, в которой рынки труда характеризуются малоподвижностью заработной платы, недостаточность совокупного спроса обычно ведёт к вынужденной безработице.

См. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, СКОРОСТЬ КОРРЕКТИРОВКИ.

МАЛОПОДВИЖНОСТЬ ЦЕН (price stickiness) — тенденция медленного приспособления ЦЕН в ответ на ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ или ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС на рынке. Малоподвижность цен часто встречается на олигопольных рынках, где взаимозависимость производителей препятствует каждому из них изменять свои цены.

См. ЛОМАНАЯ КРИВАЯ СПРОСА.

МАЛЬТУС, ТОМАС (1766–1834) (Malthus, Tomas) — английский священник, чьи пессимистические взгляды на проблему роста НАСЕЛЕНИЯ были изложены в книге «Опыт о принципе народонаселения» (1798). Мальтус полагал, что количество земли ограничено и её производительность может расти в лучшем случае в арифметической прогрессии (1, 2, 3, 4 и т. д.), тогда как население увеличивается в геометрической прогрессии (1, 2, 4, 8 и т. д.), так что рост населения опережает увеличение предложения продуктов питания. Вследствие этого большинство людей обречено на жизнь в бедности и нищете, с войнами, эпидемиями и голодом, которые замедляют рост населения.

Пессимистический взгляд Мальтуса на рост населения остро контрастировал с оптимистическими взглядами его современников на долгосрочные перспективы экономического развития, подкрепляя существовавшее мнение, что экономика — «мрачная наука». Хотя Мальтус и не смог предвидеть ни грядущих революционных изменений в сельскохозяйственной технологии, ни тенденции к замедлению роста населения в индустри-

альных странах, его идеи продолжают вызывать интерес, особенно в РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ.

См. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ.

МАРКА «СВОЙ ЯРЛЫК» («own-label» brand) — продукт, предоставляемый розничным торговцем, имеющим собственную торговую марку. В некоторых случаях собственные торговые марки создаются розничным торговцем в рамках вертикально интегрированной производственно-торговой деятельности (например, компания Boots the Chemist не только производит, но и продаёт конечным потребителям большое количество фармацевтических и косметических товаров). Однако чаще собственная марка розничного торговца создаётся независимыми производителями на контрактной основе. Розничные торговцы используют свои собственные торговые марки для того, чтобы обеспечить большую гибкость и лучший контроль за ценами и ассортиментом продаваемых изделий, а также лояльность покупателей к своим магазинам, чтобы покупатели чаще ходили в один определённый магазин, а не в разные.

МАРКЕТИНГ (marketing) — процесс управления, связанный с определением требований потребителя и их удовлетворением путём предоставления потребителям соответствующих продуктов с целью выполнения задач данной организации. Но маркетинг состоит не только в продаже производимых фирмой продуктов. Он включает в себя также определение основных потребностей потребителей средствами МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ; разработку продуктов, удовлетворяющих этим потребностям (РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА); продвижение этих продуктов к потребителям с использованием различных мер МАРКЕТИНГОВОЙ СМЕСИ (ценообразование, реклама, обеспечение продаж и т. д.); а также непосредственную реализацию продуктов потребителям с помощью КАНАЛОВ СБЫТА.

МАРКЕТИНГОВАЯ СМЕСЬ (marketing mix) — совокупность конкурентных действий, позволяющих ФИРМАМ продвигать свою продукцию к покупателям и потенциальным потребителям. В эту совокупность входят стиль, качество и прочие свойства самих товаров и услуг, их цены, реклама и продвижение товара, упаковка, распределение, продажа и сопутствующие услуги. Управляющие могут манипулировать всеми этими переменными, и для эффективного сочетания необходимо, чтобы каждое действие рассматривалось как один из аспектов единой рыночной стратегии. Ни одному из направлений не должно уделяться повышенного внимания в ущерб остальным. Например, решения в отношении цен не должны приниматься в отрыве от стратегии производства и продаж.

См. МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА, АССОРТИМЕНТ ИЗДЕЛИЙ, или НОМЕНКЛАТУРА ПРОДУКЦИИ.

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (marketing research) — систематический сбор, обработка и анализ данных о ПОКУПАТЕЛЯХ и РЫНКАХ, выступающие как средство определения возможностей сбыта для существующих или потенциальных товаров и (или) услуг данной фирмы.

См. ПРОБНЫЙ РЫНОК.

МАРКС, КАРЛ (1818–1883) (Marx, Karl) — немецкий философ, создавший новую теорию об исторических переменах, в основе которых лежит конфликт между антагонистическими классами. Она изложена в его книге «Капитал» («Das Kapital»). Первый том этой книги был издан в 1867 г., остальные тома, редактированные Ф. Энгельсом, издавались после смерти автора в 1885 и 1894 гг. Маркс утверждал, что на каждой исторической стадии один из классов общества становится господствующим благодаря своей собственности на средства производства. Однако в то же время развивается другой класс, интересы которого сталкиваются с интересами господствующего класса. В конце концов новый класс низвергает старый и становится доминирующим. Например, при феодализме доминировала аристократия в силу своего владения землёй. Затем она уступила место капиталистам, которые добились господства благодаря своему контролю над капиталом.

Капиталисты могли заключать с рабочими кабальные соглашения по поводу уровней заработной платы, и эксплуатация низкооплачиваемого труда рабочего класса позволяла владельцам фабрик аккумулировать всё большие богатства и добиваться монопольной власти. Рабочие производят товары и услуги, обладающие ценностью, но так как они получают столь мало за свой труд, капиталисты имеют возможность присваивать большую часть ценности в форме высоких прибылей. Маркс предсказал, что подобная эксплуатация должна в определённых условиях привести к революции, в которой «лишённый собственности пролетариат» одержит победу над господствующим классом капиталистов и завладеет средствами производства. На первой стадии, при социализме, производительные силы нации должны быть в руках государства, но в дальнейшем, при КОММУНИЗМЕ, рабочие сами будут коллективно владеть средствами производства, а товары и услуги будут распределяться в соответствии с потребностями людей.

См. ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА, ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ.

МАРОЧНОЕ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ (brand switching) — решение потребителя о замене потребляемой им до сих пор ТОРГОВОЙ МАРКИ товара на другую. К марочному переключению может привести РЕКЛАМИРОВАНИЕ, нацеленное на преодоление ПРИВЕРЖЕННОСТИ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) к ТОРГОВОЙ МАРКЕ существующих товаров.

МАРОЧНЫЙ РОСТ (brand proliferation) — рост числа торговых марок конкретного продукта, когда каждая новая марка весьма похожа на уже существующие. Марочный рост имеет место, главным образом, на олигополистических рынках (см. ОЛИГОПОЛИЯ), где соперничество конкурентов сосредоточивается на стратегии ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА и используется специально как средство СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА. В ТЕОРИИ РЫНКОВ считается, что «чрезмерный» марочный рост противоречит интересам потребителей, ибо он, как правило, приводит к повышению цен из-за увеличения общих расходов на РЕКЛАМИРОВАНИЕ и продвижение продаж.

МАРШАЛЛ, АЛЬФРЕД (1842–1924) (Marshall, Alfred) — английский экономист, открывший ряд точных математических зависимостей между экономическими переменными в своей книге «Принципы экономической науки» («Principles of Economics», 1890). Используя методы дифференциального исчисления, Маршалл показал, что ценность блага частично зависит от его ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ, а интенсивность потребностей в данном благе снижается с приобретением каждой последующей его единицы. Таким образом, Маршалл объяснил ПАРАДОКС ЦЕННОСТИ, показав, что предметы роскоши, такие как бриллианты, имеют более высокую цену, чем предметы первой необходимости, такие как вода, в силу того, что потребители обладают малым количеством бриллиантов, тогда как вода имеется в изобилии. Этот анализ позволил Маршаллу объяснить отрицательный наклон КРИВОЙ СПРОСА и ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ (избыточное удовлетворение его потребностей всякий раз, когда он может купить благо по более низкой цене, чем та максимальная, которую он согласен заплатить, лишь бы не остаться без блага). Маршалл также разработал концепцию ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА.

Маршалл утверждал, что ценность определяется как спросом, так и предложением, причём спрос определяет цены и объём выпуска в коротком периоде, а изменение затрат ресурсов и издержек производства влияет на цену в длительном периоде. Он полагал, что цены предложения должны зависеть от издержек производства, а в анализе издержек производства короткого периода показал, что предельный продукт любого ресурса снижается, так как сочетается с постоянными затратами

других ресурсов (УБЫВАЮЩАЯ ОТДАЧА переменного фактора). В длительном периоде, согласно Маршаллу, отрасли уменьшают издержки и цены в связи с ЭКОНОМИЕЙ ОТ МАСШТАБА, которая является результатом большей специализации.

См. ЗАКОН СЕРВИРОВАННАЯ КОМПАНИЯ.

МАССОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО (mass production) — производство ПРОДУКТА в крупных масштабах, с использованием непрерывного потока капиталоемких методов производства. Массовое производство типично для отраслей, в которых производимая продукция в высокой степени стандартизирована, что позволяет заместить труд автоматическим оборудованием и процессами. Отрасли с массовым производством обычно характеризуются высокими уровнями КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ, сложными условиями ВХОДА и использованием ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, что приводит к низким издержкам производства на единицу продукции. Ср. МЕЛКОСЕРИЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО.

См. ПРОИЗВОДСТВО, АВТОМАТИЗАЦИЯ, КОМПЬЮТЕР.

МАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ (tangible assets) — любые АКТИВЫ в натуральной форме (завод, станки, оборудование, средства передвижения и ЗАПАСЫ), имеющие некоторую денежную оценку. Ср. НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ.

МАТРИЦА «ПРОДУКТ—РЫНОК» (product—market matrix) — матрица для анализа пределов, в которых может изменяться стратегия фирмы относительно продукта или рынка. Ниже изображена матрица, в которой строки соответствуют продукту, а столбцы — рынку.

Рынок

		существующий	новый
Продукт	существующий	1. Проникновение на рынок	2. Развитие рынка
	новый	3. Разработка продукта	4. Диверсификация

Фирма, стремящаяся получить прибыль и достичь экономического роста в изменяющихся условиях рынка, может выбрать одну из четырёх стратегий поведения: (а) более эффективное проникновение на рынок с использованием существующих продуктов для увеличения своей доли рынка; (б) освоение новых рынков сбыта существующих продуктов с извлечением выгоды производственных возможностей фирмы; (в) разработка новых продуктов для существующего рынка, используя маркетинговые возможности фирмы; (г) разработка новых продук-

тов для новых рынков, т. е. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ. Последняя стратегия наиболее рискованна, поскольку требует от фирмы значительных усилий в приобретении новых производственных и маркетинговых навыков.

См. также БОСТОНСКАЯ МАТРИЦА, АССОРТИМЕНТ ИЗДЕЛИЙ.

«МЕДВЕДЬ» (bear) — человек, который рассчитывает в будущем на понижение цен на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ или РЫНКЕ ПЕРВИЧНЫХ БЛАГ и пытается заработать деньги, продавая акции или товары (ср. «БЫК»).

См. НАЛИЧНЫЙ РЫНОК, ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК, «РЫНОК МЕДВЕДЕЙ».

МЕЖБАНКОВСКАЯ КЛИРИНГОВАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (interbank clearing interest rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, согласно которой КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ Великобритании предоставляют друг другу краткосрочные ссуды. Межбанковская клиринговая процентная ставка влияет на ВЕКСЕЛЬНУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ, по которой Банк Англии готов предоставить ссуды УЧЁТНЫМ ДОМАМ. С другой стороны, межбанковская ставка влияет на БАЗИСНУЮ СТАВКУ, которая используется коммерческими банками как основа для определения кредитных ставок по займам, предоставляемым их клиентам.

См. также УЧЁТНАЯ СТАВКА БАНКА.

МЕЖВРЕМЕННОЕ ЗАМЕЩЕНИЕ (intertemporal substitution) — замещение настоящего производства и потребления в будущем, и наоборот. Например, экономика, потребляющая большую часть своего НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, сберегает и инвестирует лишь малую его часть и потому будет иметь более медленный ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ и меньший уровень потребления в будущем, чем экономика, в которой потребляется малая часть национального дохода, а сберегается и инвестируется большая часть. Это отражает ВРЕМЕННОВЕ ПРЕДПОЧТЕНИЕ экономических субъектов, отдаваемое ими текущему потреблению перед будущим.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА (international monetary system) — система, созданная для поддержки МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ и СПЕЦИАЛИЗАЦИИ. Для того чтобы быть эффективней, международная валютная система должна быть способна: (а) обеспечивать систему ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ национальных валют, (б) обеспечивать МЕХАНИЗМ ПРИСПОСОБЛЕНИЯ для устранения неравновесия платёжных балансов, (в) обеспечивать необходимое количество МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ для финансирования дефицитов платёжных балансов. Были опробованы различные международные валютные систе-

мы, включая ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ и существующую сейчас систему МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА.

См. СИСТЕМА ФИНАНСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА, СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ, ЕВРОПЕЙСКАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА.

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ (international competitiveness) — способность страны успешно конкурировать с другими странами в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ. Конкурентоспособные страны могут сохранять или увеличивать свою долю в мировом экспорте и ограничивать степень ПРОНИКНОВЕНИЯ ИМПОРТА во внутреннюю экономику.

Международная конкурентоспособность проявляется в двух аспектах: (а) ценовая конкурентоспособность: важно, чтобы внутренние производители действовали эффективно и чтобы правительство могло контролировать внутренний темп ИНФЛЯЦИИ и поддерживать «реалистический» ВАЛЮТНЫЙ КУРС своей валюты; (б) неценовая конкурентоспособность: важно, чтобы внутренние производители предлагали потребителям экспорта привлекательные новые изделия, совершенствуя их качество и характеристики, обеспечивали своевременную доставку и т. д.

См. УСЛОВИЯ ТОРГОВЛИ.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛИКВИДНОСТЬ, или **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ДЕНЬГИ** (international liquidity or international money), — денежные активы, приемлемые в качестве средства финансирования МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ и/или в качестве МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ для финансирования дефицита ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА. Например, ДОЛЛАР США используется как СЧЁТНАЯ ЕДИНИЦА в торговле нефтью, а также как важный резервный актив. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВА ЗАИМСТВОВАНИЯ используются только в качестве резервных активов.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СТАНДАРТИЗАЦИИ (international standards organization) — международная организация, учреждённая для определения единых технических стандартов во всех сферах хозяйственной деятельности, включая науку и коммерцию.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА (МОТ) (international labour organization (ILO)) — специальное агентство ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЁННЫХ НАЦИЙ, целью которого является обеспечение повышения уровня жизни и улучшения условий труда во всём мире, способствуя, таким образом, сохранению социальной справедливости как основы сохранения мира.

Функции МОТ охватывают все аспекты социальных и экономических условий, влияющих на занятость во всём мире. Организация содействует установлению национальных стан-

дартов условий труда, но только в консультативном порядке, так как она не имеет законодательных полномочий. Организация способствует обучению рабочей силы, социальной политике и управлению, поддерживает кооперацию между различными группами трудящихся, а также занимается сбором и распространением данных международной статистики труда и организацией исследований по различным проблемам, связанным с трудом.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ (international trade) — ОБМЕН товарами и услугами между странами посредством ЭКСПОРТА и ИМПОРТА. Такая торговля основывается на СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВАХ в производстве определённых благ, которыми обладают страны. Эти преимущества обеспечивают основу международного разделения труда (размещения производства).

Различия между странами в сравнительных преимуществах проявляются как в их различных структурах затрат, т. е. в ценовой конкурентоспособности, так и в различных уровнях мастерства (профессионализма), т. е. в конкурентоспособности, связанной с дифференциацией продукта. Эти различия в большой мере определяются обеспеченностью страны основными ресурсами (природными ресурсами, трудом и капиталом) и степенью экономического развития (уровнем дохода на душу населения, общим уровнем затрат и цен, уровнем развития науки и техники и т. д.). Степень доступности ресурсов и квалификация определяют ассортимент товаров и услуг, которые страна технически способна производить, тогда как *относительные* затраты, цены и факторы дифференциации продуктов определяют ассортимент товаров и услуг, которые экономически выгодно производить в этой стране, т. е. в производстве которых страна имеет сравнительные преимущества перед другими странами. Путь политического развития стран не зависит от их экономической силы или слабости. Посредством международной торговли страны могут капитализировать свою экономическую силу, повышая таким образом уровень жизни.

Международная торговля может иметь положительное значение как для сферы производства, так и для сферы потребления страны. Международная торговля даёт странам возможность ввозить некоторые товары и услуги, если это будет дешевле, чем производить их, а также получать некоторые продукты и ресурсы, которые в противном случае были бы практически недоступны, так как внутренние производители были бы не способны предложить их (например, редкое сырьё или высокотехнологичное изделие). Международная торговля обеспечивает эффективность производства посредством стиму-

лирования перемещения ресурсов из тех отраслей, продукция которых наилучшим образом замещается импортом, в те отрасли, где страна имеет сравнительные преимущества над своими торговыми партнёрами.

Анализ проблемы получения выгод от международной торговли показывает, что оптимизация этих выгод наилучшим образом достигается в условиях СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ, т. е. при отсутствии таких ограничений торговли, как ТАРИФЫ и КВОТЫ. Этим тезисом и руководствовалось международное сообщество при заключении ГЕНЕРАЛЬНОГО СОГЛАШЕНИЯ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ и при образовании разнообразных региональных ЗОН СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ. На практике, однако, выгоды международной торговли часто распределяются между странами неравномерно, в результате чего неизбежно возникает ситуация, когда национальные интересы становятся выше международных обязательств, что приводит к одностороннему осуществлению протекционистских мер (см. ПРОТЕКЦИОНИЗМ). Кроме того, направление нынешнего развития международной торговли невыгодно тем РАЗВИВАЮЩИМСЯ СТРАНАМ, которые специализируются на производстве узкого ассортимента товаров, мировой спрос на которые растёт медленно.

Международная торговая деятельность страны воздействует на её ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС, так как экспорт «зарабатывает» иностранную валюту, а импорт требует финансирования в той же иностранной валюте. ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК действует как канал покупки и продажи иностранной валюты, используемой для финансирования торговли. Международная торговля оказывает влияние на курс внутренней валюты страны относительно валют других стран, т. е. на ВАЛЮТНЫЙ КУРС.

См. ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ, ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ, ТОРГОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВСТРЕЧНЫЙ ТОВАРООБМЕН, ДЕМПИНГ.

МЕЖДУНАРОДНОЕ ТОРГОВОЕ СОГЛАШЕНИЕ (international commodity agreement) — соглашение, идеей которого является попытка стабилизировать цены на некоторые ТОВАРЫ — объекты международной торговли, такие как кокосовые орехи и олово, с целью стабилизации доходов производителей и валютных поступлений в основном в РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ. Хотя международные торговые соглашения заключаются в интересах производителей из развивающихся стран, потребители также могут извлечь выгоду, так как эти соглашения устраняют неопределённость и неудобства, связанные с неустойчивыми колебаниями цен.

Международные торговые соглашения могут различаться по форме, но по существу они всегда содержат установление «офи-

циальной» цены на товар всеми странами — участниками соглашения, которая затем поддерживается посредством механизма ЗАЩИТНОГО ЗАПАСА: избыток продукции покупается по этой цене, если предложение превышает спрос, и продаётся по этой же цене, если спрос превышает рыночное предложение.

Международные торговые соглашения обеспечиваются КОНФЕРЕНЦИЕЙ ООН ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ как способ повышения доходов экономик развивающихся стран (см. НОВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОРЯДОК), но зачастую поддержание их жизнеспособности вызывает серьёзные трудности. Например, могут возникнуть разногласия между странами-членами по поводу некоторых официальных цен. Их причиной является разница в степени важности товара для экономики каждой страны-члена; часто возникает искушение поднять цены выше уровня, определённого рынком, что оказывает финансовое давление на защитный запас. Это давление в конечном счёте может привести к утечке денежных средств.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ РЕЗЕРВЫ (international reserves or foreign exchange reserves) — денежные активы, которые используются для регулирования дефицита ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА между странами. Международные валютные резервы сформированы из золота, иностранной валюты, Прав заимствования МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА и СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРАВ ЗАИМСТВОВАНИЯ. Как показано ниже, золото и иностранная валюта (в особенности доллар США) являются наиболее важными резервными активами.

См. ЕВРОПЕЙСКАЯ РАСЧЁТНАЯ ЕДИНИЦА.

Международные валютные резервы, 1991 г.

Резервные активы	Международный резерв, %
Золото	48
Иностранная валюта	47
Сальдо резервов	3
в Международном валютном фонде	
Специальные права заимствования	2

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ДЕНЬГИ — см. МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛИКВИДНОСТЬ.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БАНК РЕКОНСТРУКЦИИ И РАЗВИТИЯ — см. МИРОВОЙ БАНК.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД (МВФ) (International monetary fund (IMF)) — многонациональный институт, основанный в 1947 г. (после Бреттон-Вудской конференции 1944 г.) для контроля функционирования нового международного ва-

лютного режима — СИСТЕМЫ ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА. Фонд поддерживает кооперативные и планомерные валютные соглашения между странами-членами с целью увеличения объёмов МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ и достижения РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА. Фонд действует в двух основных направлениях.

(а) ВАЛЮТНЫЕ КУРСЫ. Вплоть до 1971 г. страны устанавливали ФИКСИРОВАННЫЕ ВАЛЮТНЫЕ КУРСЫ своих валют, которые обеспечивали их стандартные значения для заключаемых торговых сделок. Любая страна — член МВФ могла, предварительно получив одобрение Фонда, изменять свой валютный курс, поднимая его (РЕВАЛЬВАЦИЯ 2) или понижая его (ДЕВАЛЬВАЦИЯ 2) до нового фиксированного уровня для устранения ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО НЕРАВНОВЕСИЯ своего платёжного баланса, т. е. его либо хронического избытка, либо хронического дефицита. Эта процедура гарантировала, что пересмотр валютных курсов был разрешён многосторонним соглашением, а не является односторонним актом. В начале 1970-х гг. вследствие продолжающегося падения курса доллара (основной валюты в операциях Фонда) и общего мирового кризиса были введены свободно колеблющиеся курсы для большого количества валют. Это было сделано с целью обеспечения большей гибкости валютных курсов (см. СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ). Большинство основных валют продолжают «плавать», хотя вновь, правда на ограниченной основе, были заключены соглашения о фиксированных валютных курсах (см. ЕВРОПЕЙСКАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА). В результате фонд потерял формальный контроль над изменениями валютных курсов, но страны-члены всё ещё обязаны придерживаться определённых правил «хорошего тона», установленных Фондом, хотя они их не соблюдают, осуществляя ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ и ПОЛИТИКУ РАЗОРЕНИЯ СОСЕДА.

(б) МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛИКВИДНОСТЬ. Ресурсы Фонда состоят из общего фонда валют и МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ (исключая ЗОЛОТО), внесённых членами согласно их квотам. Каждая страна платит 75% квоты в собственной валюте и 25% в форме международных резервов. Страны наделяются Фондом *заёмными правами* или правами *заимствования*, которые они могут использовать вместе с их собственными международными валютными резервами для финансирования дефицита платёжного баланса.

Члены Фонда, испытывающие трудности с платёжным балансом, могут «заимствовать» (т. е. покупать иностранную валюту у Фонда на свою собственную валюту) вплоть до 125% своей квоты. Первые 25% («резервный транш») могут быть

взяты сразу же по первому требованию, оставшиеся 100% разделяются на четыре «кредитных транша» по 25% каждый и выплачиваются «условно» при согласии членов по программе Фонда в виде мер (например, ДЕФЛЯЦИЯ, ДЕВАЛЬВАЦИЯ 2) для устранения дефицита платёжного баланса. Члены обязаны платить свой долг в течение 3 или 5 лет.

В 1970 г. Фонд создал новый международный резервный актив — СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВА ЗАИМСТВОВАНИЯ для увеличения международной ликвидности, а также с целью обеспечения дополнительных льгот при получении займа бедными странами-членами.

См. также ВНУТРЕННЯЯ КРЕДИТНАЯ ЭКСПАНСИЯ.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДОЛГ (international debt) — деньги, которые страна должна мировому сообществу. В основном должниками являются РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ, которые занимают валюту у МИРОВОГО БАНКА, правительств развитых стран и частных банков для финансирования своих долгосрочных программ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ, а также у МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА для покрытия дефицита платёжного баланса.

Проблема обслуживания долга (выплаты процентов и погашения ссуд) особенно остро стоит перед многими бедными странами, которые в последние годы из-за падения уровня валютных поступлений были вынуждены прекратить выплаты по своим иностранным долгам или добиться облегчения условий этих выплат. В 1991 г. внешние займы развивающимся странам составляли около 750 млрд ф. ст., а процентные платежи по этим долгам — около 76 млрд ф. ст.

См. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭФФЕКТ ФИШЕРА (international Fisher effect) — ситуация, при которой разница НОМИНАЛЬНЫХ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК в разных странах отражает ожидаемые темпы изменений ВАЛЮТНОГО КУРСА их валют.

Например, если британские инвесторы предполагают, что курс доллара США будет повышаться, скажем, на 5% в год относительно фунта стерлингов, то для создания валютного паритета между двумя странами они готовы допускать, чтобы годовые процентные ставки по ценным бумагам, выраженные в долларах, были бы приблизительно на 5% меньше, чем годовые процентные ставки по ценным бумагам, выраженные в фунтах стерлингов. С точки зрения заёмщика при эффекте Фишера стоимость эквивалентных займов в этих альтернативных валютах будет одинакова, несмотря на различие в процентных ставках.

Международный эффект Фишера можно сопоставить с *внутренним* ЭФФЕКТОМ ФИШЕРА, когда номинальные процентные ставки отражают ожидаемые реальные процентные ставки и ожидаемый темп изменения цен (ИНФЛЯЦИЯ). Международным эквивалентом инфляции является изменение валютных курсов.

См. ПРОЦЕНТНЫЙ АРБИТРАЖ.

МЕЖФИРМЕННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ (interfirm conduct) — элемент РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ, обозначающий способ взаимодействия фирм на рынке. Выделяют два основных способа поведения:

(а) Независимое поведение. Каждая фирма формирует свою стратегию конкуренции относительно цен, рекламы и т. д. самостоятельно, безотносительно к действиям других фирм. Этот способ поведения встречается обычно на рынках, состоящих из большого количества малых производителей, каждый из которых формирует лишь незначительную часть общего рыночного предложения (см. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ).

(б) Взаимозависимое поведение. Фирмы обнаруживают, что сами они взаимозависимы (см. ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ), т. е. их собственные действия прямо воздействуют на позиции других фирм и явно принимают во внимание вероятные воздействия на другие фирмы, которые может оказать их собственная стратегия конкуренции. Взаимозависимость наблюдается в условиях ОЛИГОПОЛИИ, когда весь объём рыночного предложения сосредоточивается в руках нескольких крупных фирм. При олигополии часто происходят СГОВОРЫ, являющиеся средством координирования ценовой политики, а также политики производства и сбыта фирм-олигополистов.

МЕЛКОСЕРИЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО (batch production) — изготовление продукции в небольших количествах с использованием трудоёмких производственных методов (см. ТРУДОЁМКАЯ ФИРМА/ОТРАСЛЬ). Мелкосерийное производство распространено главным образом в тех отраслях, которые производят нестандартизованную продукцию, рассчитанную на потребителей с разнообразными запросами. Отрасли с мелкосерийным производством обычно характеризуются низким уровнем КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ, лёгкими условиями доступа и высокими единичными затратами.

См. ПРОИЗВОДСТВО, МАССОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО, УСЛОВИЯ ВХОДА, ГИБКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СИСТЕМА.

МЕМОРАНДУМ ОБ АССОЦИАЦИИ (memorandum of association) — официальный документ, который должен быть занесён

в реестр компаний перед официальной регистрацией АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ. Документ регламентирует внешние связи компании с третьими сторонами. Меморандум должен содержать определённые обязательные статьи: (а) название компании; (б) сфера деятельности компании; (в) страна, в которой находится компания; (г) информация о том, ограничена ли компания акциями или каким-либо другим способом; (д) подписи учредителей компании, каждый из которых должен иметь как минимум одну акцию.

См. УСТАВ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА.

МЕРКАНТИЛИЗМ (mercantilism) — направление экономической мысли и политики, которое возникло в Англии в XVIII в., сопровождая развитие торгового капитализма. Меркантилисты подчёркивали важность торговли и коммерции как источников богатства нации. Они были сторонниками мер по увеличению национального богатства и усилению влияния страны в мире, основанных на поощрении экспорта и препятствовании импорту с целью способствовать накоплению золота в стране. Эти протекционистские идеи (см. ПРОТЕКЦИОНИЗМ) критиковались впоследствии экономистами классической школы, в том числе Адамом Смитом.

МЕСТНЫЙ НАЛОГ (local tax) — НАЛОГ на собственность или на частных лиц, налагаемый местными властями, который совместно с субсидиями центрального правительства используется для финансирования местной социальной инфраструктуры. До 1990 г. в Великобритании налоги взимались с дееспособных собственников, с апреля 1990 по апрель 1993 г. «общественный сбор» («налог с избирателей») взимался только с лиц, имеющих право участия в выборах. С апреля 1993 г. с дееспособных граждан стал взиматься муниципальный налог. В целях повышения эффективности налогообложения муниципальный налог разработан с учётом сравнительной оценки стоимости местного имущества, которая варьирует в жилых районах с учётом количества людей, живущих в данном владении, их доходов и материальных затруднений, которые они испытывают.

См. УНИФИЦИРОВАННЫЙ СБОР С ПРЕДПРИЯТИЙ.

МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ (competition methods) — элемент рыночного поведения, обозначающий способы конкуренции между фирмами:

(а) Ценовая конкуренция (см. ЦЕНА). Продавцы могут обеспечивать сбыт, предлагая свою продукцию по цене, более низкой, чем у конкурентов. Однако они должны иметь в виду, что

конкуренты могут точно так же снизить цены, и в результате прибыли всех фирм понизятся.

(б) Неценовая конкуренция, включающая: (1) собственно дифференциацию продукта. Продавцы могут разнообразить технически однородные изделия, изменяя их качество и дизайн и улучшая их характеристики. Всё это направлено на завоевание «верности» покупателей, выражающейся в убеждении последних, что данные изделия в известном отношении «лучше» изделий конкурентов; (2) *дифференциацию продукта методами сбыта*. Конкуренция в области сбыта включает: РЕКЛАМИРОВАНИЕ в средствах массовой информации, общее СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА (пробные продажи, купоны), персональное стимулирование сбыта (через агентов по продаже товаров) и создание торговых точек. Эти виды деятельности направлены на стимулирование спроса путём заострения внимания на настоящих и воображаемых характеристиках изделия в сравнении с изделиями конкурентов; (3) *конкуренцию новых торговых марок*. В условиях динамических сдвигов (технологический прогресс, изменение вкусов потребителей) существующие изделия фирм начинают устаревать. Таким образом, фирма, чтобы стать конкурентоспособной, вынуждена внедрять новые торговые марки или переделывать старые.

(в) *Снижение затрат* как способ конкуренции. Хотя эффективность затрат сама по себе не является средством конкуренции, она — основной путь укрепления положения производителя на рынке. Способность снизить затраты дает возможность фирмам снизить цены (что не могут позволить себе конкуренты) или направить большее количество финансовых ресурсов на обеспечение дифференциации продукта.

См. также МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СМЕСЬ, МОДЕЛЬ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОДУКТА, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА.

МЕХАНИЗМ ПРИСПОСОБЛЕНИЯ (adjustment mechanism) — средства корректировки неравновесия платёжного баланса. Существует три основных способа ликвидации дефицита или избытка баланса: (а) внешняя корректировка цен; (б) внутренняя корректировка цен и доходов; (в) ограничения торговли и валютного обмена

См. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

МИГРАЦИЯ (migration) — передвижение людей в страну (иммиграция) или из страны (эмиграция), которое влечёт за собой увеличение или уменьшение численности её НАСЕЛЕНИЯ и рабочей силы. Например, иммиграция была важным фактором на

ранней стадии колонизации Австралии и Новой Зеландии, а также США и Канады.

МИКРОЭКОНОМИКА (microeconomics) — отрасль экономической науки, занимающаяся изучением поведения ПОТРЕБИТЕЛЕЙ и ФИРМ, а также и условий, определяющих рыночные цены и количество обмениваемых ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, ТОВАРОВ и УСЛУГ. Микроэкономический анализ исследует, как размещаются редкие экономические ресурсы (см. РЕДКОСТЬ) по альтернативным направлениям использования, и выявляет стратегические факторы наиболее эффективного использования ресурсов.

См. также ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ТЕОРИЯ ФИРМЫ, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, ТЕОРИЯ СПРОСА, ТЕОРИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, МАКРОЭКОНОМИКА.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА (microeconomic policy) — установление государством определённых целей для отдельных рынков или отраслей и использование инструментов регулирования рынков и отраслей для достижения этих целей. Микроэкономическое целеполагание сосредоточивается на эффективности размещения ресурсов и путях устранения таких препятствий эффективному размещению, как, например, монопольные искажения или медленное приспособление производственных мощностей к спросу на рынке. Эти препятствия могут быть преодолены политикой в отношении конкуренции и промышленной политикой.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.

МИЛЛЬ, ДЖОН СТУАРТ (1806–1873) (Mill, John Stuart) — английский экономист, внесший значительный вклад в развитие КЛАССИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ, написав книгу «Principles of Political Economy with some of their Applications to Social Philosophy» (1848) («Принципы политической экономии с некоторыми приложениями их к социальной философии»). Милль был социальным реформистом. Хотя он и придерживался мнения, что производство и обмен товаров имеют место на свободных рынках, он считал, что государственное вмешательство способно улучшить материальное благосостояние населения посредством ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА. Милль был первым, кто отметил, что образовательные барьеры на пути мобильности труда способны создавать неконкурирующие группы труда, характеризующиеся стабильными различиями в уровне заработной платы. Он также впервые анализировал издержки, с которыми два или более совместно производимых товара выпускаются в фиксированных соотношениях.

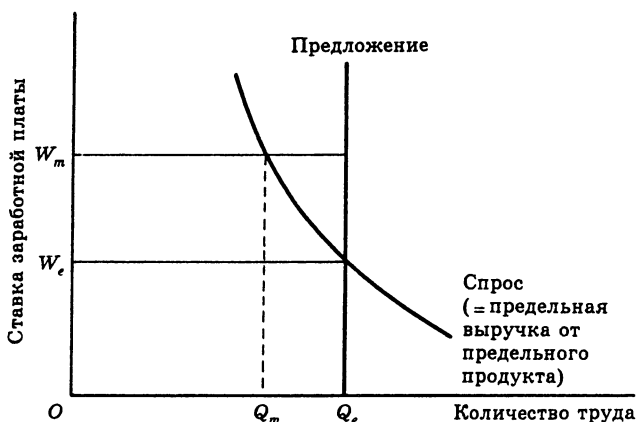


Рис. 63. Минимальная зарплата.

МИНИМАЛЬНАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА (minimum wage rate) —

минимальный уровень ОПЛАТЫ за ТРУД, установленный государством либо явившийся результатом добровольного соглашения между профсоюзами и работодателями. Минимальные СТАВКИ ЗАРПЛАТЫ призваны гарантировать получение работниками основного стандартного прожиточного минимума. Вместе с тем, как показано на рис. 63, если уровни заработной платы назначаются намного выше «равновесного уровня», W_e , это влечёт за собой сокращение объёма спроса на труд (с Q_e до Q_m). Таким образом, продолжающие работать (OQ_m) оказываются в выигрыше, а те, кто стал безработным при повышении зарплаты ($Q_m Q_e$), проигрывают.

См. ПРОФСОЮЗ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФАКТОРНЫЙ ДОХОД.

МИНИМАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ (minimum efficient scale) — точка на КРИВОЙ СРЕДНИХ ЗАТРАТ длительного периода фирмы, где ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА исчерпывается и начинается постоянная отдача от масштаба.

В теории средние затраты длительного периода обычно изображают U-образными кривыми, так как считается, что экономия от масштаба снижает средние затраты с увеличением выпуска до определённого предела, после которого вступают в действие ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА, и средние затраты начинают с дальнейшим увеличением выпуска расти. Однако статистические данные свидетельствуют о том, что для многих отраслей кривая средних издержек длительного периода имеет L-образную форму, как показано на рис. 64.

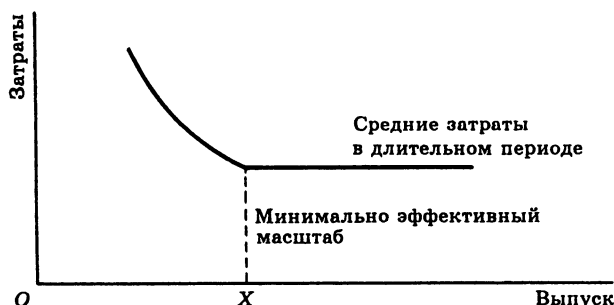


Рис. 64. Минимальный эффективный масштаб.

В отраслях, где минимально эффективный масштаб достаточно велик по отношению к общим размерам рынка, можно ожидать высокой степени КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ. Дело в том, что на рынке в этом случае может удержаться лишь малое число фирм, размер которых соответствует минимальному эффективному размеру. Потенциально невыгодные условия производства для фирм, стремящихся занять небольшую долю рынка, на котором закрепились крупные фирмы, также могут служить БАРЬЕРАМИ ВХОДА.

См. ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ, ГИБКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СИСТЕМА.

МИНИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ (cost minimization) — производство данного объема выпуска с наименьшими затратами путём сочетания РАСХОДА ФАКТОРОВ с учётом их относительных цен.

См. ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ, ИЗОКВАНТА.

МИНИМИЗАЦИЯ УБЫТКОВ (loss minimization) — стратегия ФИРМЫ в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ в неблагоприятных рыночных условиях, делающих невозможной МАКСИМИЗАЦИЮ ПРИБЫЛИ. Как максимизация прибыли, так и минимизация убытков требуют от фирмы производства такого объёма выпуска, при котором ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ равны ПРЕДЕЛЬНОЙ ВЫРУЧКЕ. Например, фирма при СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ должна произвести объём выпуска OQ (рис. 65). Однако неблагоприятные условия в коротком периоде могут послужить причиной того, что цена (OP) будет недостаточна для покрытия средних общих затрат (OC) при данном объёме выпуска, т. е. фирма несёт убытки (фигура $PCXY$ на рис. 65). В коротком периоде фирма будет продолжать производить данный объём выпуска до тех пор, пока цена достаточна для покрытия средних ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ (OC_1) и образования ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛИ (фигура PC_1ZY), частич-

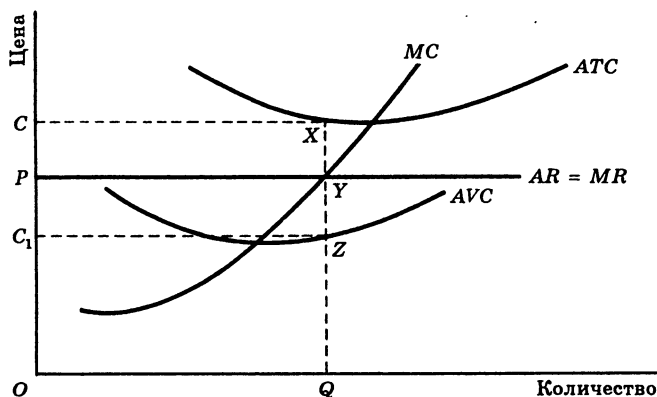


Рис. 65. Минимизация убытков.

но покрывающей постоянные затраты, тогда как в длительном периоде сохранение подобного положения дел в конце концов заставит фирму покинуть рынок.

МИНИСТЕРСТВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ (Ministry of international trade and industry (MITI)) — японский аналог британского ДЕПАРТАМЕНТА ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ведающий стимулированием промышленного развития Японии.

МИНИСТЕРСТВО ФИНАНСОВ (ГОСУДАРСТВЕННОЕ КАЗНАЧЕЙСТВО) (Treasury) — министерство Великобритании, ведающее управлением правительственными финансами, утверждающее планы расходов для различных правительственных министерств (здравоохранения, образования, обороны) и следящее за работой по сбору налогов НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ ВЕЛИКОБРИТАНИИ и УПРАВЛЕНИЯ АКЦИЗОВ И СБОРОВ.

♦**МИРНЫЙ ДИВИДЕНД**♦ («peace dividend») — дополнительные ресурсы, которые могут быть получены в результате урезания национального военного бюджета вследствие улучшающихся политических отношений между странами Запада и странами Восточного блока.

МИРОВОЙ БАНК, или МЕЖДУНАРОДНЫЙ БАНК РЕКОНСТРУКЦИИ И РАЗВИТИЯ (World Bank or International Bank for Reconstruction and Development) — международная организация, основанная в 1947 г. после Бреттон-Вудской конференции 1944 г. для обеспечения экономической помощи входящим в её состав странам — в основном развивающимся стра-

НАМ — для укрепления их экономики. Банк финансирует большое количество долгосрочных инвестиций, включая инвестиции в инфраструктуру, например дороги, телекоммуникации и электроснабжение; сельскохозяйственные и промышленные проекты, в частности связанные с созданием новых отраслей, а также программы в области социального обеспечения, профессиональной подготовки и образования.

Фонды Банка пополняются развитыми странами. Кроме того, Банк получает деньги на международных рынках капитала. Банк действует согласно «деловым принципам» («business principles»), ссужая деньги по рыночным ставкам процента только тем государствам, которые могут доказать свою платёжеспособность. Однако в 1960 г. Банк учредил филиал под названием *Ассоциация международного развития* для обеспечения займов под низкие проценты для своих более бедных стран-членов.

Другим филиалом Мирового Банка является *Международная финансовая корпорация*, которая осуществляет портфельные инвестиции в компании посредством скупки акций.

МНОГОПРОДУКТОВАЯ ФИРМА (multi product firm) — ФИРМА, которая производит несколько разных продуктов. Традиционная экономическая теория в целях упрощения ограничивается анализом фирмы, производящей один продукт, в то время как в действительности фирмы могут производить несколько разновидностей одного продукта (расширение ассортимента) или несколько различных продуктов (диверсификация).

См. МАТРИЦА «ПРОДУКТ — РЫНОК».

МНОГОСТОРОННЕЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТЕКСТИЛЮ (multi-fibre arrangment (MFA)) — торговое соглашение между 80 развитыми и РАЗВИВАЮЩИМИСЯ СТРАНАМИ, регулирующие МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ текстильными изделиями и одеждой с использованием КВОТ на импорт. Цель этого соглашения — дать бедным странам возможность гарантированного доступа и увеличения этого доступа на рынки Европы и Северной Америки и в то же время воспрепятствовать возникающему при этом разрушению более старых текстильных и швейных отраслей в развитых странах.

Многостороннее соглашение по текстилю является формой ПРОТЕКЦИОНИЗМА, дискриминации в отношении интересов слаборазвитых стран, экономическое положение многих из которых сильно зависит от состояния текстильных отраслей как ведущего сектора их ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ. Это соглаше-

ние противоречит принципам ГЕНЕРАЛЬНОГО СОГЛАШЕНИЯ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ, но данный орган счёл удобным «обойти» подобные вопросы при разработке правил регулирования товарных потоков.

МНОГОСТОРОННЯЯ ТОРГОВЛЯ (multilateral trade) — МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ между всеми странами, занимающимися экспортом или импортом товаров и услуг.

Ср. ДВУСТОРОННЯЯ ТОРГОВЛЯ.

МОБИЛЬНОСТЬ (mobility) — мера способности ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА к перемещению между различными сферами использования.

Из трёх факторов производства (ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ (земля), ТРУД и КАПИТАЛ) земля географически лишена мобильности, но может использоваться различными способами, например в сельском хозяйстве и промышленности. Труд мобилен как в географическом, так и в профессиональном отношении, но не всегда готов переместиться в другое место или обучаться другой специальности. Капитал (в форме зданий и оборудования) зачастую сравнительно не мобилен, так как трудно найти новые способы использования специализированного производства и трудно изменить местонахождение в связи с размером и характером деятельности данного завода (например, электрогенераторное оборудование).

См. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

МОДЕЛЬ IS—LM (IS/LM model) — теоретическое построение, объединяющее реальный (инвестиции—сбережения) и денежный (ликвидность—деньги) секторы экономики для того, чтобы представить общее равновесное состояние экономики в целом.

В этой модели СБЕРЕЖЕНИЯ являются функцией НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, а ИНВЕСТИЦИИ — функцией ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ и ПРЕДЕЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ. ГРАФИК «ИНВЕСТИЦИИ—СБЕРЕЖЕНИЯ» показывает комбинации уровней национального дохода и процентных ставок, при которых достигается равновесное состояние реального сектора экономики: $I = S$ (см. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА).

Спрос на деньги L является функцией уровня национального дохода (ТРАНСАКЦИОННЫЙ СПРОС) и процентной ставки (СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ). ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ M является экзогенно заданным. График ликвидность—деньги показывает комбинации уровней национального дохода и процентных ставок, при которых достигается равновесное состояние денежно-го сектора экономики: $L = M$ (см. ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА).

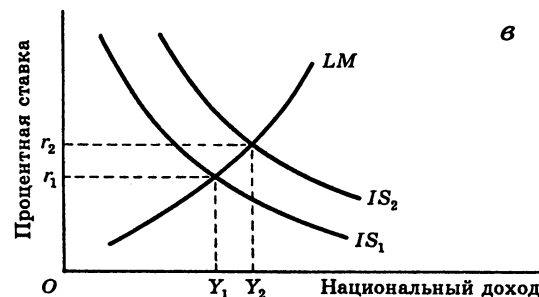
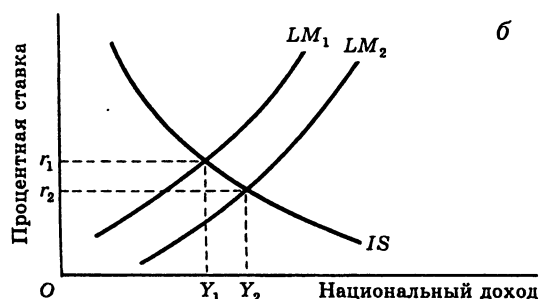
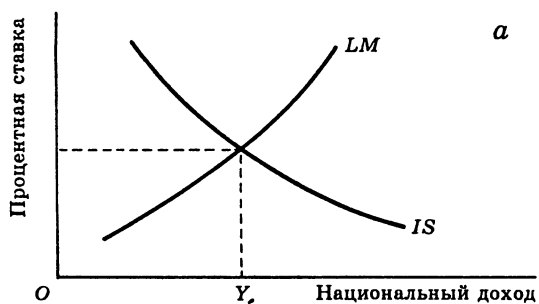


Рис. 66. Модель IS—LM. а. Состояние общего равновесия. **б.** Последствия сдвига графика LM . **в.** Последствия сдвига графика IS .

Как показано на рис. 66, график «инвестиции—сбережения» взаимодействует с графиком «ликвидность—деньги» для определения состояния общего равновесия (Y_e) экономики в целом.

Модель IS—LM может использоваться для иллюстрации того, как ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА

могут использоваться для изменения уровня национального дохода. Если государство хочет увеличить национальный доход, оно может, например, увеличить предложение денег. Увеличение предложения денег уменьшает процентные ставки. Падение процентных ставок, в свою очередь, увеличивает уровень инвестиций (см. ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ), что затем приводит к увеличению национального дохода через эффект мультипликатора. Как показано на рис. 66, увеличение предложения денег поднимает кривую ликвидность—деньги от положения LM_1 до положения LM_2 , понижая процентные ставки с r_1 до r_2 , что увеличивает уровень национального дохода с Y_1 до Y_2 .

В качестве альтернативы власти могут увеличить национальный доход посредством, например, увеличения государственных инвестиций. Это увеличение инвестиций служит для роста национального дохода через эффект мультипликатора. Согласно модели, изображённой на рис. 66, увеличение инвестиций вызовет сдвиг графика инвестиции—сбережения из положения IS_1 в положение IS_2 , увеличивая национальный доход с Y_1 до Y_2 .

См. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ.

МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО—ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ (internal—external balance model) — теоретическое построение, в котором объединяются достижение МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКОЙ целей полной занятости и СТАБИЛЬНОСТИ ЦЕН (внутреннее равновесие) и РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА (внешнее равновесие).

Краткая иллюстрация модели показана на рис. 67. Вертикальная ось отображает отношение внешних цен к внутренним ценам, т. е. индекс конкурентоспособности страны на иностранных рынках: чем он выше, тем больше объём экспорта и меньше объём импорта. Горизонтальная ось отображает реальный внутренний спрос. Две кривые, изображённые на рисунке, представляют соответственно внешнее равновесие (EE) и внутреннее равновесие (DD). Кривая EE имеет положительный наклон. Это означает, что чем более неблагоприятным становится отношение внешних цен к внутренним, тем ниже уровень внутреннего реального спроса, необходимый для поддержания равновесия платёжного баланса. Область слева от кривой представляет избыток платёжного баланса, а область справа — дефицит платёжного баланса. Кривая DD имеет отрицательный наклон. Это означает, что чем более неблагоприятным становится отношение международных цен к внутренним, тем более высокий уровень реального спроса, необходим для поддержа-

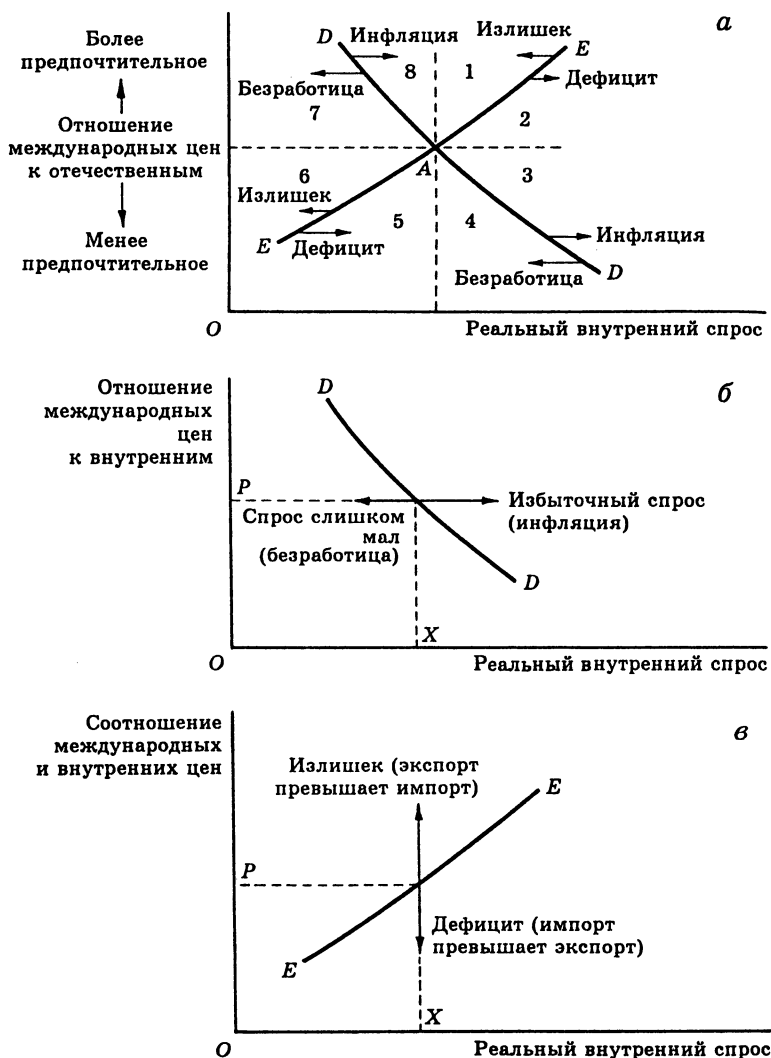


Рис. 67. Модель внутреннего—внешнего равновесия. а. См. обозначения в тексте. б. При данном соотношении международных и внутренних цен (P) внутренний спрос должен находиться на уровне X для поддержания внутреннего равновесия. В противном случае возникнут безработица или инфляция. в. При данном уровне внутреннего спроса (X) соотношение международных и внутренних цен должно находиться на уровне P для поддержания внутреннего равновесия. В противном случае возникнут избыток или дефицит платёжного баланса.

ния полной занятости. Область справа от кривой отражает инфляцию, а область слева — безработицу.

Точка пересечения кривых *EE* и *DD* (точка *A*) соответствует состоянию общего равновесия. Все другие точки представляют состояние неравновесия. Однако только в немногих из этих точек (состояний) неравновесия страна может достичь целей внешнего и внутреннего равновесия, используя только один тип экономической политики. Точнее, только в точках, размещающихся на горизонтальной и вертикальной пунктирных линиях, проведённых через точку пересечения. В ситуации, отображённой горизонтальной линией справа от точки *A*, например, соотношение международных и внутренних цен совместимо с состоянием общего равновесия, но слишком высокий внутренний спрос приводит к инфляции и дефициту платёжного баланса. ДЕФЛЯЦИЯ спроса сама по себе достаточна для достижения обеих целей. В ситуации, изображённой вертикальной линией ниже точки *A*, внутренний спрос совместим с состоянием равновесия, но внутренние цены неконкурентоспособны, что выражается в дефиците платёжного баланса и безработице. Поэтому ДЕВАЛЬВАЦИЯ 2 сама по себе достаточна для достижения этих целей. Однако оба эти случая особые. Во всех других ситуациях внутренний спрос и отношение международных цен к внутренним не совместимы с состоянием общего равновесия. В результате обе цели экономической политики находятся в противоречии между собой, и отдельные типы экономической политики должны быть скомбинированы, чтобы быть эффективными. В зонах 1 и 2, например, необходимы различные комбинации дефляции спроса и РЕВАЛЬВАЦИИ валюты. В зонах 3 и 4 необходимы различные комбинации дефляции спроса и девальвации валюты. В зонах 5 и 6 необходимы различные комбинации РЕФЛЯЦИИ спроса и девальвации валюты, в зонах 7 и 8 необходимы различные комбинации рефляции спроса и ревальвации валюты.

МОДЕЛЬ «ЗАТРАТЫ—ВЫПУСК», или **МОДЕЛЬ МЕЖОТРАСЛЕВОГО БАЛАНСА** (input—output analysis or interindustry analysis), — изучение и эмпирическое измерение структурных взаимосвязей между секторами ПРОИЗВОДСТВА внутри хозяйства (экономики). Техника анализа была разработана Василием Леонтьевым (р. 1906) для измерения количества ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, необходимых различным отраслям для достижения данного объёма ВЫПУСКА. Каждому сектору экономики для выпуска продукции необходимы ресурсы, производимые другими секторами, будь то сырьё, промежуточные продукты и услуги или трудовые ресурсы. Взаимосвязи между отрасля-

ми производства, или секторами, носят не линейный характер, а комплексный. Другими словами, один сектор не производит, скажем, уголь для других секторов независимо от потребностей угольной промышленности в ресурсах, выпускаемых другими секторами. Уголь является конечным продуктом для угледобывающей промышленности, но он же является ресурсом для электроэнергетики. В то же время угольной промышленности необходимы ресурсы (включая электричество) для производства угля. Этот простой пример демонстрирует комплексность экономики.

См. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, АНАЛИЗ ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ.

МОДЕЛЬ КОМПРОМИССА УИЛЬЯМСОНА (Williamson trade-off model) — модель для оценки возможных выгод (в виде понижения затрат) и ущерба (в виде повышения цены) планируемого слияния. Эта модель может быть использована при осуществлении избирательной политики в отношении конкуренции.

Рис. 68 изображает случай планируемого слияния, приводящего к тому, что образованная в ходе этого слияния фирма приобретает монопольную власть в отрасли, которая прежде была конкурентной. В модели принято допущение, что до слияния фирмы на этом рынке производят продукцию с одинаковыми и постоянными средними затратами, которые представлены общей для всех форм линией AC_1 . Конкурентная цена OP_1 равна AC_1 (т. е. в этом состоянии равновесия каждая фир-

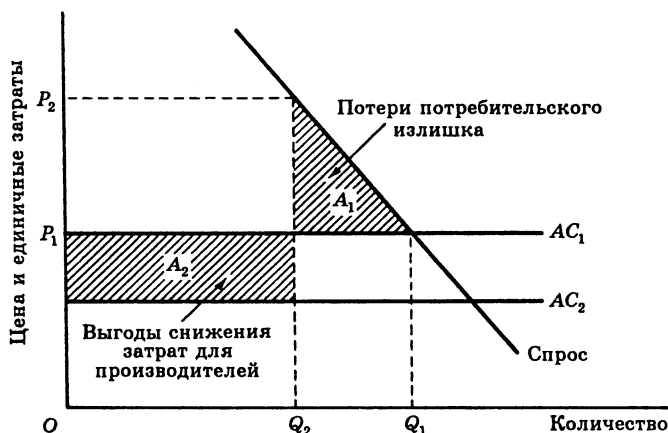


Рис. 68. Модель компромисса Уильямсона.

ма в отрасли получает только НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ), и конкурентный объём выпуска равен OQ_1 . Ситуация после слияния характеризуется более низкими средними затратами (линия AC_2); но цена устанавливается на уровне, который превышает не только AC_2 , но и AC_1 (т. е. цена выше, чем при конкуренции, *несмотря* на действие ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА). В таких обстоятельствах необходимо определить соотношение между уменьшением ИЗЛИШКА ПОТРЕБИТЕЛЯ, вызванного повышением цены (заштрихованная площадь A_1) и выгодой от экономии затрат для производителя (заштрихованная площадь A_2). Если A_1 превышает A_2 , то слияние следует запретить; если же A_2 превышает A_1 , то слияние следует разрешить. Однако и в последнем случае возникают некоторые проблемы. Дело в том, что выгоду от экономии затрат первоначально получает производитель. Для того чтобы какая-то часть этой выгоды досталась и потребителю, она должна быть перераспределена — но из-за усиления монопольной власти нет никакой гарантии, что это произойдёт.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, ИНТЕРЕСЫ ОБЩЕСТВА.

МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА (circular flow of national income model) — упрощённое описание денежных и физических (реальных) потоков в экономике, которое служит основой макроэкономического анализа. На рис. 69а сплошные линии, отражающие денежные потоки, иллюстрируют покупку домашними хозяйствами товаров и услуг у ПРЕДПРИЯТИЙ за счёт дохода, получаемого ими от продажи предприятиям факторов производства (РАСХОДЫ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ). Реальные потоки, показанные пунктирными линиями, иллюстрируют производство предприятиями товаров и услуг с помощью факторов производства, проданных им домашними хозяйствами.

Исходную модель можно дополнить, включив ряд ВЛИВАНИЙ в поток дохода и ИЗЪЯТИЙ из него. На рис. 69б не весь получаемый домашними хозяйствами доход тратится — некоторая часть его сберегается. СБЕРЕЖЕНИЯ — это «изъятие» из потока дохода. ИНВЕСТИЦИИ — это «инъекции» денег в поток дохода. Кроме того, часть дохода домашних хозяйств государство облагает налогом, что приводит к уменьшению располагаемого дохода, доступного для потребительских расходов. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ является «изъятием» из потока дохода. В то же время ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ на продукты и факторы производства суть «инъекции» денег в поток дохода. Наконец, домашние хозяйства затрачивают ещё одну часть своего дохода

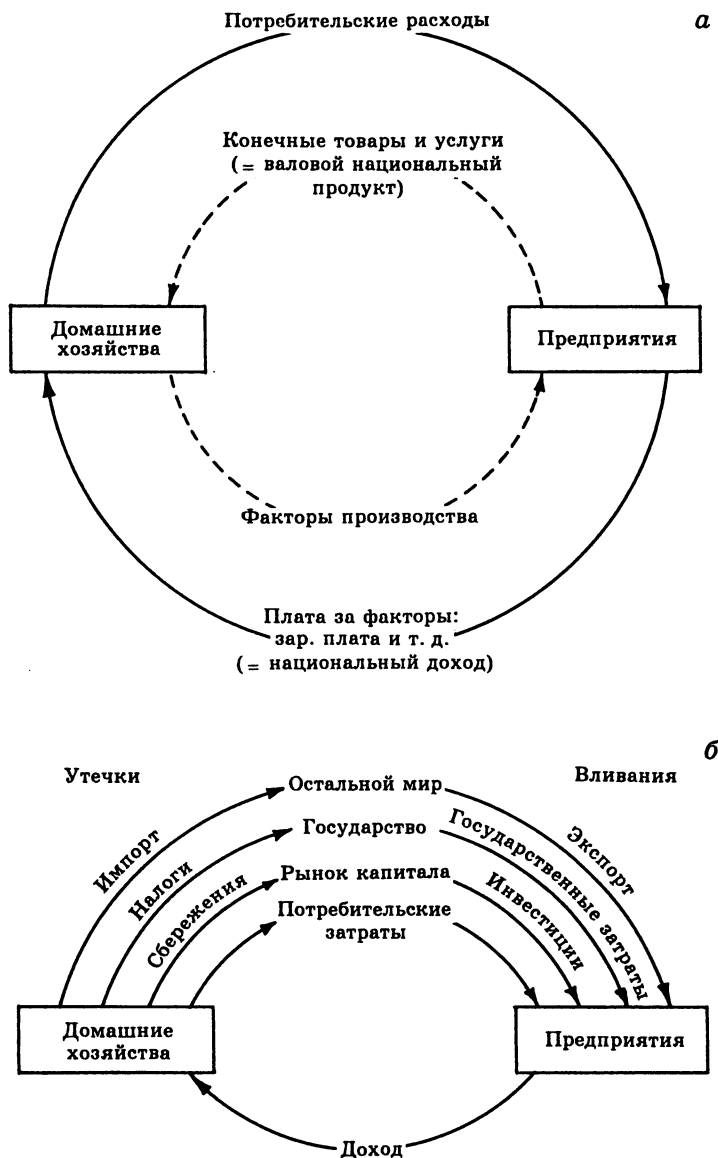


Рис. 69. Модель кругооборота национального дохода. а. Исходная модель, иллюстрирующая связь между денежными и физическими потоками. **б.** Более сложная модель, включающая вливания в поток дохода и утечки из него.

на импортные товары и услуги. ИМПОРТ также является «изъятием» из потока дохода. С другой стороны, некоторая доля продукции продаётся зарубежным потребителям. ЭКСПОРТ представляет собой спрос на товары и услуги отечественного производства и поэтому также является «инъекцией» в поток дохода.

См. также СОВОКУПНЫЙ СПРОС, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

МОДЕЛЬ МЕЖОТРАСЛЕВОГО БАЛАНСА — см. МОДЕЛЬ «ЗАТРАТЫ — ВЫПУСК».

МОДЕЛЬ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОДУКТА (product characteristics model) — ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ, которая показывает, как ПОТРЕБИТЕЛЬ выбирает между различными ТОРГОВЫМИ МАРКАМИ продукта, при этом каждая предлагает определённые характеристики продукта в фиксированных пропорциях. Например, потребители, покупающие сок чёрной смородины, могут быть заинтересованы в двух принципиальных характеристиках продукта — вкусе и содержании витаминов. Допустим, потребителям доступны три марки чёрносмородинового сока — А, В и С, каждая из которых предлагает различные комбинации этих характеристик. Эти три марки представлены на рис. 70 в виде лучей, которые показывают фиксированные пропорции характеристик продукта для каждой марки. Например, марка А имеет высокое содержание витаминов, но её вкус хуже, чем у других марок, в то время как марки В и С, напротив, имеют очень приятный вкус, но низкое содержание витаминов.

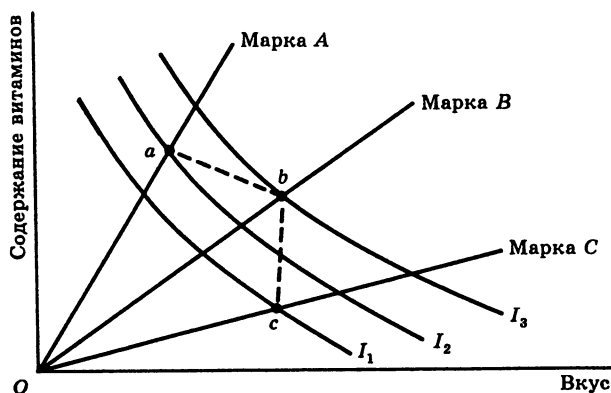


Рис. 70. Модель характеристик продукта.

Точки a , b и c на лучах показывают, какое количество каждой марки сока может быть куплено на данную единицу затрат по существующим ценам. Для того чтобы найти максимально полезную для потребителя марку, необходимо ввести в рассмотрение несколько кривых безразличия I_1 , I_2 и I_3 , показывающих распределение потребительских предпочтений между двумя характеристиками продукта. Окончательным выбором потребителя будет марка B , так как соответствующий ей луч пересекается в точке b с самой высокой кривой безразличия I_3 , соответствующей его ограниченному бюджету.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА.

МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ДОМАРА (Domar economic growth model) — теоретическое построение, исследующее двойственную роль инвестиций в расширении СОВОКУПНОГО СПРОСА и в увеличении производственных мощностей СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ) во времени.

Как один из компонентов совокупного спроса инвестиционные расходы повышают общий спрос. Согласно кейнсианской теории определения дохода, доход будет расти до тех пор, пока сбережения, созданные дополнительным доходом, не покроют возросшие инвестиции (см. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА). Таким образом, если мы обозначим прирост инвестиций через ΔI , то сумма, на которую увеличится доход (ΔY), составляет

$$\Delta Y = \frac{\Delta I}{\alpha},$$

где α — ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ.

Эта теория определения дохода в коротком периоде упускает из виду другое последствие роста инвестиционных расходов — то, что он вызывает увеличение производственных мощностей. В коротком периоде этот эффект незначителен, но в длительном периоде, в котором и проявляется ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ, наряду с ролью инвестиций в повышении спроса необходимо учитывать и их значение для увеличения производственных мощностей.

Домар поставил вопрос: если инвестиции увеличивают производственные мощности, а также создают дополнительные доходы, то как должны расти инвестиции, чтобы темп прироста дохода равнялся темпу прироста мощностей? Чтобы ответить на этот вопрос, Домар составил уравнение, в одной части которого был темп прироста производственных мощностей, а в другой — темп прироста дохода. Решение этого уравнения давало требуемый темп роста.

Пусть каждый фунт стерлингов инвестиций (I) увеличивает производственные мощности на θ ф. ст. в год. Так, если для производства 1000 ф. ст. выпуска в год требуется 3000 ф. ст. капитала, то θ составит одну треть, или 33%, в год. Символом θ обозначают КАПИТАЛОЁМКОСТЬ, показывающую связь между приростом инвестиций и вызванным им приростом выпуска. Поэтому производственные мощности увеличиваются на $I\theta$, что и является эффектом от инвестиций и составляет сторону предложения в нашем уравнении.

Спрос должен возрасти на эту же сумму, чтобы занять дополнительные мощности. Что касается стороны спроса в нашем уравнении, то, согласно теории МУЛЬТИПЛИКАТОРА, при любой предельной склонности к сбережению (α) прирост национального дохода является функцией не от I , а от абсолютного годового прироста инвестиций (ΔI). Тогда соответствующий абсолютный годовой прирост дохода равен

$$Y = \Delta I \frac{1}{\alpha},$$

где $1/\alpha$ есть мультипликатор. Условие равенства темпов прироста дохода и производственных мощностей соблюдается, когда

$$\frac{\Delta I}{I} = \alpha\theta.$$

В левой части уравнения стоит годовой темп роста инвестиций, которые для поддержания полной занятости с помощью увеличения производственных мощностей должны расти с годовым темпом $\alpha\theta$. Доход должен расти с тем же темпом.

См. МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОЛОУ, МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ХАРРОДА.

МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОЛОУ (Solow economic-growth model) — теоретическое построение, центральное место в котором занимает роль технического прогресса в процессе экономического роста.

В модели экономического роста ХАРРОДА и в модели экономического роста ДОМАРА допускается постоянство КАПИТАЛОЁМКОСТИ, так что зависимость между приростом ЗАПАСА КАПИТАЛА (в результате ИНВЕСТИЦИЙ) и вызванным им увеличением объёма выпуска линейна. Например, если для производства объёма продукции, равного 1000 ф. ст., требуется 3000 ф. ст. капитала, то капиталоемкость равна 3, и предполагается, что данное соотношение остаётся постоянным при последующих приростах запаса капитала. Напротив, в модели Солоу исполь-

зуется производственная функция, в которой выпуск является функцией не только капитала, но и труда. Капитал может замещаться трудом, но факторы не являются совершенно взаимозаменяемыми. При этом данная производственная функция отражает убывающую отдачу. Таким образом, если капитал возрастает по отношению к труду, вызванные этим приросты выпуска становятся всё меньше. Другими словами, если принимается допущение переменной капиталоемкости, то увеличение запаса капитала в стране вследствие убывающей отдачи приводит ко всё меньшему приросту объема производимой продукции. Таким образом, для поддержания экономического роста требуется не только «РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА», но и «УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА». Именно ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ (новые технологические средства, процессы и методы производства, а также новые продукты) играет решающую роль в противодействии убывающей отдаче капитала при увеличении его запаса.

МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ХАРРОДА (Harrod economic-growth model) — теоретическое построение, исследующее траекторию роста экономики. Особое внимание в модели уделяется темпу, с которым НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД (Y) должен расти, чтобы удовлетворять условию КЕЙНСИАНСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ:

$$\text{сбережения } (S_t) = \text{инвестиции } (I_t), \quad (1)$$

где t обозначает период времени.

В модели S_t зависит от национального дохода:

$$S_t = sY_t, \quad (2)$$

т. е. сбережения в каждый период времени зависят от дохода этого периода, s представляет собой СРЕДНЮЮ СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ и ПРЕДЕЛЬНУЮ СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ.

I_t зависит от скорости изменения дохода от одного периода до следующего периода. Обозначим Y_t — доход в текущем периоде, Y_{t-1} — доход в предыдущем периоде. Тогда

$$I_t = \alpha(Y_t - Y_{t-1}), \quad (3)$$

т. е. ИНВЕСТИЦИИ представляют собой вынужденные инвестиции, где α обозначает АКСЕЛЕРАТОР.

При данных сбережениях и инвестициях условие равновесия, представленное в уравнении (1), может быть выражено следующим образом:

$$\frac{\Delta Y_t}{Y_t} = \frac{s}{\alpha}, \quad (4)$$

где $\Delta Y_t = Y_t - Y_{t-1}$.

Левая часть выражения (4) показывает процентное изменение дохода; в правой части в числителе стоит предельная склонность к сбережению, а в знаменателе — акселератор. Поскольку это уравнение было выведено из условия сохранения равновесия в каждый период времени, Харрод назвал скорость изменения дохода гарантированным темпом роста.

Если действительный темп роста больше (или, наоборот, меньше) гарантированного, то доход будет расти быстрее (или медленнее), чем это необходимо для поддержания равновесия, вызывая накапливающиеся отклонения от равновесной траектории.

Уравнение (4) определяет гарантированный темп роста. Действительный темп роста определяется в модели темпом роста РАБОЧЕЙ СИЛЫ и темпом роста ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ. Предположим, что численность рабочей силы возрастает со скоростью 1%, а производительность труда — 2%. Действительный (или, как называл его Харрод, «естественный») достижимый темп роста национального дохода и выпуска составляет, таким образом, 3% в год.

Если естественный темп роста превышает гарантированный, то экономика сталкивается с накапливающимися отклонениями от гарантированного темпа роста, причём доход растёт быстрыми темпами, становясь причиной долгосрочного подъёма. И наоборот, если естественный темп роста падает ниже гарантированного, имеет место ДОЛГОВРЕМЕННАЯ СТАГНАЦИЯ.

См. МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ДОМАРА, МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОЛОУ.

МОЛОДАЯ ОТРАСЛЬ (infant industry) — новообразованная отрасль, развиваемая либо частными компаниями, либо государством. Обычно это имеет место в РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ и является частью их программ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ. Новые отрасли зачастую субсидируются государством и/или защищены им от импортной конкуренции в надежде на то, что они воспользуются возможностями экономии от масштаба и, таким образом, со временем смогут противостоять иностранной конкуренции.

Молодые отрасли часто рассматриваются как «законная» область применения ПРОТЕКЦИОНИЗМА, которым государство зачастую злоупотребляет.

См. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

МОНЕТА (coin) — металлические ДЕНЬГИ, которые входят в состав ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ страны. Для чеканки монет использовались разные металлы. В прошлом для этого обычно употреблялись золото и серебро, но в большинстве стран их заменили

медь, латунь и никель. Монеты составляют главным образом «низкономинальную» часть денежной массы.

См. МОНЕТНЫЙ ДВОР, ЗАКОННОЕ ПЛАТЁЖНОЕ СРЕДСТВО.

МОНЕТАРИЗМ (monetarism) — совокупность принципов анализа влияния ДЕНЕГ на функционирование экономики. Данная теория отмечает необходимость «сбалансированного» соотношения между количеством денег, доступных для финансирования покупок товаров и услуг, с одной стороны, и способностью экономики производить эти товары и услуги — с другой.

Теория даёт объяснение ИНФЛЯЦИИ, связывая её с чрезмерным увеличением ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ. В частности, монетаристы утверждают, что, если государственные расходы больше, чем налоговые поступления, и, следовательно, ПОТРЕБНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ для финансирования дефицита растут, то увеличение предложения денег, вызванное финансированием возросшей потребности государственно-го сектора в займах, повысит темп инфляции. «Чистая» КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ ($MV = PT$) утверждает, что исходной причиной инфляции является избыточная эмиссия денег (т. е. «слишком большое количество денег охотится за слишком малым количеством товаров»), и это рассматривается как источник ИНФЛЯЦИИ СПРОСА.

Монетаристы считают, что теория инфляции затрат не является достаточно независимой, поскольку эта инфляция должна финансироваться за счёт увеличения предложения денег. Предположим, даны исходный запас денег, уровни цен и выпуска. Представим, что издержки растут (например, увеличиваются уровни заработной платы); это заставляет производителей поднять цены. По мнению монетаристов, такой рост цен не повлечёт за собой инфляционного процесса (т. е. тенденции к постоянному росту цен), если не увеличится предложение денег. При данном количестве денег с ростом уровня цен сокращается количество покупаемых товаров, и реальный спрос падает; но если государство увеличит предложение денег, это позволит купить то же самое количество товаров при возросшем уровне цен. Если этот процесс продолжается, то происходит ЗАТРАТНАЯ ИНФЛЯЦИЯ.

См. также СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ, ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, СРЕДНЕСРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЧИКАГСКАЯ ШКОЛА.

МОНЕТНЫЙ ДВОР (mint) — организация, которая имеет исключительное право производить и тиражировать БАНКНОТЫ и МОНЕТЫ согласно инструкциям руководящих денежно-кредитных

учреждений. В Великобритании эту функцию выполняет Королевский монетный двор.

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, или **НЕСОВЕРШЕННЫЙ РЫНОК** (*monopolistic competition or imperfect market*), — тип рыночной структуры. Рынок монополистической конкуренции характеризуется следующими особенностями:

(а) *многочисленность фирм и покупателей*: рынок состоит из большого количества независимо действующих фирм и покупателей;

(б) *дифференциация продукта*: продукты, предлагаемые конкурирующими фирмами, отличаются один от другого по одному или ряду свойств. Эти различия могут иметь физическую природу, включая функциональные особенности, а могут быть и чисто «воображаемыми» в том смысле, что искусственные различия могут быть созданы РЕКЛАМОЙ и ПРОДВИЖЕНИЕМ ТОВАРА (см. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА);

(в) *свободный вход на рынок и выход с него*: нет БАРЬЕРОВ ВХОДА, удерживающих новые фирмы от вступления на рынок, или препятствий на пути существующих фирм, покидающих рынок (в «теории» монополистической конкуренции не уделяется внимания тому факту, что дифференциация продуктов путём установления сильных ПРИВЕРЖЕННОСТЕЙ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) к ТОРГОВЫМ МАРКАМ продуктов закрепившихся на рынке фирм может действовать в качестве барьера входа).

За исключением аспектов, связанных с дифференциацией продукта, монополистическая конкуренция структурно весьма близка к СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ.

Анализ равновесия отдельной фирмы при монополистической конкуренции может быть проведён в рамках метода «репрезентативной» фирмы, т. е. предполагается, что все фирмы сталкиваются с *идентичными* условиями издержек и спроса, каждая максимизирует прибыль (см. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ), что делает возможным определить условие равновесия на рынке.

Значение дифференциации продуктов заключается в следующем: (а) каждая фирма имеет свой рынок, частично отличающийся от рынков её конкурентов. Иными словами, каждая фирма сталкивается с кривой спроса, имеющей отрицательный наклон (D на рис. 71а). Вместе с тем наличие конкурирующих товаров-заменителей (высокая ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА) является причиной значительной эластичности этой кривой; (б) затраты фирм (ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ и СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ) в ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ увеличиваются в результате возникновения расходов, связанных с дифференциацией продукта (ТОРГОВЫЕ ЗАТРАТЫ).

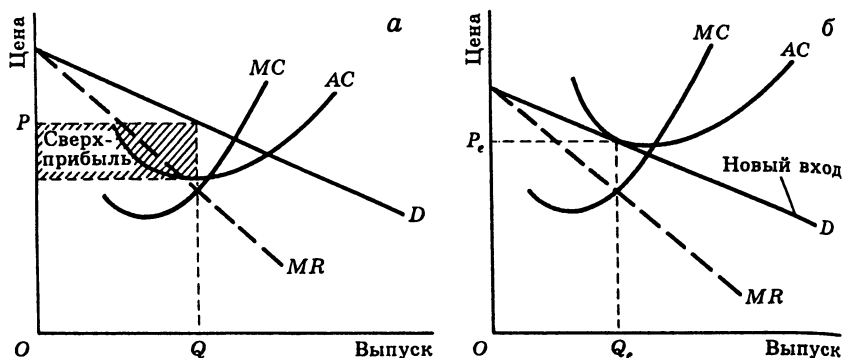


Рис. 71. Монополистическая конкуренция. а. Краткосрочное равновесие. б. Длительное равновесие.

Фирма, максимизирующая прибыль, будет стремиться производить при такой комбинации цены (OP) и объёма выпуска (OQ) (показанной на рис. 71а), которая уравнивает предельные затраты (MC) и ПРЕДЕЛЬНУЮ ВЫРУЧКУ (MR). В коротком периоде это может привести к получению фирмами СВЕРХПРИБЫЛЕЙ.

В длительном периоде сверхприбыли побудят новые фирмы к входу на рынок, и это приведёт к понижению кривой спроса для закрепившихся фирм (т. е. сдвигает кривую спроса влево, что означает сокращение объёма продаж при каждом уровне цен). Процесс входа новых фирм будет продолжаться до тех пор, пока дополнительные прибыли не исчезнут. На рис. 71б показано состояние равновесия в длительном периоде для «репрезентативной» фирмы. Фирма по-прежнему максимизирует прибыль при такой комбинации цены (OP_e) и объёма выпуска (OQ_e), когда предельные затраты равны предельной выручке, но теперь она получает только НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ. Равновесие на уровне нормальной прибыли в длительном периоде подобно равновесию фирмы при совершенной конкуренции. Но монополистическая конкуренция порождает менее эффективную ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА, чем совершенная конкуренция. Различие состоит в том, что фирма при монополистической конкуренции производит меньше продукции и продаёт её по более высокой цене, чем в условиях совершенной конкуренции. Так как кривая спроса имеет отрицательный наклон, она обязательно касается долгосрочной кривой средних издержек (которая выше, чем кривая издержек совершенно конкурирующих фирм из-за добавочных торговых издержек) слева от точки минимума последней. Таким образом, размер каждой фирмы

меньше оптимального, в результате чего на рынке существует избыточная мощность.

МОНОПОЛИЯ (monopoly) — тип структуры рынка, характеризующийся следующими чертами: (а) *одна фирма и много покупателей*, т. е. на рынке присутствует единственный производитель, продающий свою продукцию множеству мелких, действующих независимо друг от друга покупателей; (б) *отсутствие товаров-заменителей*, т. е. нет близких заменителей продукта монополиста; (в) *блокирован вход*, т. е. барьеры входа столь существенны, что вход новых фирм на рынок невозможен.

Монополист имеет возможность назначать рыночную цену. При совершенной конкуренции (см. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ) кривые предельной и средней выручки монополиста не совпадают друг с другом. Монополист сталкивается с убывающей кривой спроса (D на рис. 72а), и, чтобы продать дополнительные единицы продукции, нужно снизить цену, по которой должны быть проданы все единицы этой продукции. Предполагается, что цель монополиста, как и конкурентной фирмы, — МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ и что он действует располагая необходимыми сведениями об издержках и спросе. Монополист будет стремиться производить при такой комбинации цены и выпуска, которая уравнивает ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ и ПРЕДЕЛЬНУЮ ВЫРУЧКУ. На рис. 72а изображено равновесие монополиста в коротком периоде. Монополист предлагает Q_e единиц выпуска по цене P_e . При равновесной цене монополист обеспечивает себе получение СВЕРХПРИБЫЛЕЙ. В отличие от ситуации конкурентной фирмы, где вход на рынок свободен, барьеры входа в условиях монополии столь значительны, что не допускают появления новых производителей. Таким образом, проникновение в отрасль дополнительных производственных ресурсов невозможно, вследствие чего монополист будет продолжать получать сверхприбыли и в длительном периоде (до того, пока не изменятся радикально условия спроса и предложения). В соответствии с теорией рынков при идентичности условий издержек и спроса монополия приводит к более высокой цене и более низкому объёму, чем совершенная конкуренция.

Равновесие при совершенной конкуренции устанавливается, когда объём спроса равен объёму предложения. Это проиллюстрировано на рис. 72б, где кривая предложения при совершенной конкуренции есть кривая MC (объединение кривых предельных затрат всех индивидуальных производителей). Объём выпуска при свободной конкуренции — Q_c , а цена — P_c .

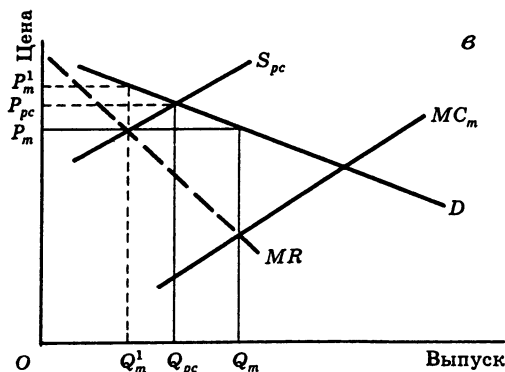
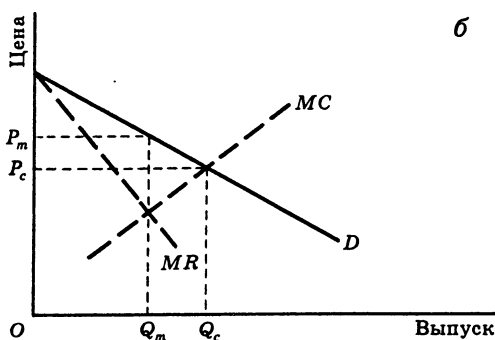
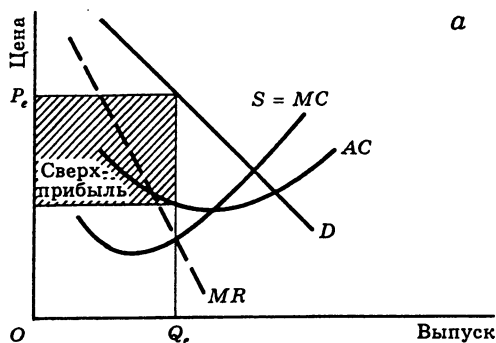


Рис. 72. Монополия.

Так как кривая предложения представляет совокупность кривых предельных затрат, то при равновесном состоянии предельные затраты равны цене. Предположим теперь, что данная

отрасль монополизирована, скажем, в результате приобретения одной фирмой других производителей, причём кривая издержек каждого из заводов не подверглась влиянию этой перемены, т. е. скоординированное планирование производства монополистом не повлекло за собой ни ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, ни ПОТЕРЬ ОТ МАСШТАБА. Таким образом, издержки для монополиста останутся теми же, что при совершенной конкуренции, и, следовательно, кривые MC в обоих случаях идентичны. Как отмечалось выше, монополист, стремящийся к максимизации прибыли, будет пытаться установить равенство предельных затрат не цене, а предельной выручке. Следовательно, при равновесии объём выпуска отрасли падает с Q_c до Q_m , а рыночная цена возрастает с P_c до P_m .

Более того, монополист в отсутствие какого-либо конкурентного давления, побуждающего минимизировать издержки, может производить любой данный объём выпуска с издержками на единицу продукции, превышающими минимально возможные, без какого-либо ущерба для себя (см. Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ).

Однако вывод условий конкурентной оптимальности основывается на ряде допущений, отдельные из которых весьма спорны, в частности допущение, что структуры издержек идентичны для совершенно конкурентных мелких фирм и крупных олигополистических и монополистических производителей. Основанный на статических представлениях, этот вывод игнорирует влияние таких важных *динамических факторов*, как ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС.

В статическом анализе монополии основное допущение состоит в том, что средние издержки производства возрастают при сравнительно низких уровнях объёма выпуска. Отсюда следует, что фирма достигает состояния равновесия при масштабе деятельности, небольшом по сравнению с рынком. Предположим, однако, что производство в данной отрасли характеризуется существенной экономией от масштаба. Это означает, что индивидуальные фирмы могут снижать удельные затраты, производя намного большее количество продукции. Проиллюстрируем это, предположив, что отрасль, находившаяся в состоянии совершенной конкуренции, куплена монополистом. В этом случае весьма маловероятно, что изменение масштаба деятельности не повлияет на издержки. На рис. 72в показан случай, когда сокращение удельных издержек как результат экономии от объединения собственности вызывает рост объёма выпуска и снижение цены по сравнению с исходной ситуацией совершенной конкуренции.

Снижение удельных издержек в результате монополизации сдвигает кривую предельных затрат монополиста (MC_m) вправо от исходной кривой предложения (S_{pc}), таким образом производится больше товаров (Q_m) при меньшей цене (P_m). Мы по-прежнему предполагаем, что предельные затраты в соответствующем диапазоне изменения объёма выпуска растут. В длительном периоде это предположение следует из утверждения, что при некотором объёме производства экономия от масштаба прекращается и сменяется потерями от масштаба. Потери обычно связывают с административными и управленческими трудностями, возникающими в слишком крупных сложных организациях. Однако становится всё более очевидным тот факт, что кривая средних затрат длительного периода (а значит, и кривая MC) для многих капиталоемких отраслей имеет L -образную форму. В этих отраслях не условия затрат, а общий спрос и индивидуальные доли рынка являются важнейшими факторами, ограничивающими размер фирмы. Таким образом, фирма может расширяться до такого предела объёма выпуска, при котором дальнейшая экспансия будет бесприбыльной. Но при этом фирма может стать настолько крупной по отношению к рынку, что получит возможность влиять на цену. Это не отрицает возможности дальнейшего увеличения монополистом объёма выпуска и снижения цены, если он не стремится максимизировать свою прибыль. Подобное состояние тем не менее не является результатом возврата к совершенной конкуренции. Происходит следующее: фирма в стремлении найти наиболее выгодное положение отказывается от статуса незначительного мелкого конкурента. Достигается это не обязательно путём целенаправленных попыток доминирования на рынке. Напротив, именно внутренние условия издержек на рынке стимулируют этот рост. В такой отрасли вполне возможна ситуация, при которой мелкие фирмы «конкурентной величины» не способны выжить. Более того, в той степени, в которой удельные издержки ниже при более высоких объёмах производства, крупная фирма является *технически более эффективной* производственной единицей.

Случай значительной экономии от масштаба может быть охарактеризован как ситуация, при которой атомистическая конкуренция становится и технически невозможной, и нежелательной по критериям эффективности. Анализ конкурентной оптимизации не учитывает такого рода усложнения.

Изложенный выше анализ также пренебрегает динамическими аспектами функционирования рыночной системы. Как отмечает ряд известных экономистов: 1) важнейшие улучше-

ния благосостояния потребителей происходят большей частью в результате технологических инноваций, т. е. увеличения количества ресурсов и появления новых технологий и продуктов с течением времени, а не корректировки, призванной обеспечить максимальный объём выпуска при заданных (статически) затратах ресурсов; 2) функция монополистических элементов — подготовка условий и обеспечение защиты инновационной деятельности. Совершенно конкурентные фирмы, конечно, имеют стимулы к внедрению наиболее эффективных из известных технологий производства, поскольку это необходимо для их выживания. Но их неспособность поддерживать получение сверхприбылей ограничивает как ресурсы, так и инициативу, необходимые для развития новых технологий. Напротив, чистый монополист, получая сверхприбыли, имеет больше финансовых ресурсов для технического прогресса, но его стимул к инновациям может быть слабым при отсутствии эффективной конкуренции. Тем не менее технический прогресс является средством снижения удельных издержек и, следовательно, увеличения прибылей; эти прибыли не имеют переходного характера вследствие существования барьеров входа. Более того, техническое превосходство само по себе может быть одним из монополистических барьеров входа; таким образом, монополист должен обладать устойчивостью и преуспевать в области технического прогресса, чтобы поддерживать своё доминирующее положение.

Одним из самых известных защитников идеи о том, что отрасль с сильными монополистическими элементами способна к внедрению производственных технологий, недоступных для конкурентных производителей, был ШУМПЕТЕР. В той степени, в которой изобретение и внедрение новых процессов и продуктов сосредоточиваются в крупной олигополистической фирме, сравнение олигополии/монополии с совершенной конкуренцией при фиксированном состоянии технологии систематически преуменьшает общественный вклад первой.

Графическая гипотеза Шумпетера демонстрируется на рис. 72а. Конкурентный рынок производит Q_{pc} , где предельные затраты короткого периода равны цене. Если данная отрасль монополизируется, можно было бы ожидать роста цен до P_m^1 и сокращения объёма выпуска до Q_m^1 . Тем не менее, если монополист в этой отрасли внедряет снижающие издержки инновации, кривая общих предельных затрат может снизиться настолько, что монополист получает возможность фактически произвести больше (Q_m) и при более низкой цене (P_m), чем в исходной конкурентной отрасли, даже если монополист полностью использует свою рыночную силу.

Конечно, возможность неприятия монополии обществом сохраняется, даже если монополия проводит инновации: выгоды от последних могут оказаться меньше издержек монополистической эксплуатации.

См. также ОЛИГОПОЛИЯ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ДИСКРИМИНИРУЮЩИЙ МОНОПОЛИСТ, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ, ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ, ПЕРЕСМОТРЕННАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ.

МОНОПОЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ (monopoly profit) — долгосрочная СВЕРХПРИБЫЛЬ, получаемая монополистом.

См. МОНОПОЛИЯ.

МОНОПОЛЬНЫЙ НАЛОГ (monopoly tax) — налог, который взимается государством со СВЕРХПРИБЫЛИ, получаемой монополистом. В отличие от мер по снижению цен или РЕГУЛИРОВАНИЯ НОРМЫ ПРИБЫЛИ, этот налог не способствует возмещению потерь излишка ПОТРЕБИТЕЛЯ, вызванных монополией. Непосредственным получателем его является государство, которое может использовать налог для повышения поступлений в большей степени, чем как антимонопольное средство.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

МОНОПСОНИЯ (monopsony) — форма КОНЦЕНТРАЦИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ, иными словами, ситуация на РЫНКЕ, когда один покупатель противостоит большому числу мелких производителей. Монопсонисты зачастую способны добиваться выгодных для себя условий от поставщиков в форме скидок при ОПТОВЫХ ЗАКУПКАХ и продлённых сроков КРЕДИТА.

См. МОНОПОЛИЯ, ДВУСТОРОННЯЯ МОНОПОЛИЯ.

МОРАТОРИЙ (moratorium) — приостановка выплаты ДОЛГА или ПРОЦЕНТА на определённый период времени. Например, замораживание выплаты долга по облигациям, предпринимаемое государственными и частными банками развитой страны, испытывающей острые трудности с платёжным балансом, либо приостановка долговых выплат дилеров товарного рынка, пострадавших от сильного падения цен.

См. ОБСЛУЖИВАНИЕ ЗАДОЛЖЕННОСТИ (ДОЛГА), МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДОЛГ.

МОТИВ ПРИБЫЛИ (profit motive) — стремление ФИРМЫ обеспечить превышение выручки над затратами. Этот термин обычно связывается с такой ЦЕЛЬЮ ФИРМЫ, как МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ, но мотив прибыли существует и тогда, когда целью является только достижение удовлетворяющей (достаточной) прибыли.

См. также ПРИБЫЛЬ, ТЕОРИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ.

МУЛЬТИДИВИЗИОННАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ (M-form (multidivisional form) organization) — организационная структура, характерная для фирм с децентрализованным управлением, в которых отдельные группы или подразделения ответственны за группы однотипных продуктов или обслуживание отдельных рынков. Каждое подразделение имеет собственное автономное руководство, свои сбытовые, производственные и другие функции. В подобной структуре управляющие верхнего звена передают ответственность за каждодневную деятельность подразделений управляющим нижнего звена, хотя они и следят за отчётами управляющих отделений о прибыльности и, как правило, сохраняют контроль над размещением инвестиционных фондов между отделениями. О. Уильямсон, придумавший термин «М-форма», утверждает, что фирмы с организацией типа М-формы с меньшей вероятностью преследуют неприбыльные цели (МАКСИМИЗАЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕГО), чем фирмы с У-формой (УНИТАРНОЙ ФОРМОЙ ОРГАНИЗАЦИИ), так как управляющие верхнего звена могут ставить подразделениям только цели, касающиеся прибылей, и, таким образом, допускают некоторое ослабление контроля над подчинёнными по сравнению с фирмами с У-формой организации.

См. также УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ.

МУЛЬТИПЛИКАТОР (multiplier) — отношение изменения РАВНОВЕСНОГО УРОВНЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА к вызвавшему его исходному изменению уровня расходов. Мультипликаторный эффект отражает следующие явления: некоторое исходное увеличение или уменьшение уровня совокупных расходов влечёт за собой большее увеличение или уменьшение национального дохода.

Необходимо отметить две основные черты мультипликатора: (а) это кумулятивный процесс, а не мгновенный эффект, лучше всего его можно объяснить серией последовательных шагов прироста дохода; (б) величина мультипликатора зависит от доли прироста ДОХОДА, расходуемой на ПОТРЕБЛЕНИЕ (ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К ПОТРЕБЛЕНИЮ, *MPC*) на каждом последующем шаге.

Предположим, что весь доход частью потребляется, частью изымается в виде СБЕРЕЖЕНИЙ (т. е. *MPC* и максимальная СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ, *MPS*, в сумме равны единице). Тогда величина мультипликатора (*K*) выражается формулой

$$K = \frac{1}{1 - MPC} \text{ или } \frac{1}{MPS}.$$

Чем больше прирост потребления, вызываемый данным приростом дохода, тем больше мультипликатор. Таким образом, если MPC равно 0.9 и MPS составляет 0.1, величина мультипликатора составит 10; если $MPC = 0.75$ и $MPS = 0.25$, то мультипликатор равен лишь 4.

Мультипликационный эффект проиллюстрирован на рис. 73б. При значении мультипликатора, равном 4, исходный прирост совокупных расходов 500 млн ф. ст. вызовет увеличение национального дохода на 2 млрд ф. ст., как видно из рис. 73а. На каждом шаге часть созданного дополнительного дохода сберегается и поэтому «утекает» из кругооборота. Эти средства не могут выступить в качестве дополнительных расходов на потребление на следующем шаге. Когда накопленная сумма этих утечек в форме сбережений становится равной начальному увеличению расходов, мультипликационный процесс прекращается и экономика достигает нового состояния равновесия.

На рис. 73б показано действие мультипликационного эффекта. При исходном уровне национального дохода OY_1 , если совокупный спрос возрастает с AD до AD_1 , исходное увеличение расходов AB повлечёт за собой рост объёма выпуска и национального дохода с Y_1 до Y_2 . Этот дополнительный доход должен вызвать дальнейшее увеличение расходов (CD), которое, в свою очередь, поднимает объём выпуска и уровень национального дохода с Y_2 до Y_3 . Этот дополнительный доход также вызовет рост совокупных расходов (EF), который, в свою очередь, поднимет объём выпуска и уровень национального дохода, и т. д. Процесс заканчивается при достижении нового равновесного уровня национального дохода Y_e .

Кроме сбережений, изымаемых из кругооборота доходов, существуют также «утечки» в виде НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и ИМПОРТА, которые ещё более сокращают величину мультипликатора. Поэтому более точной формулой последнего будет следующая:

$$K = \frac{1}{MPS + MPT + MPM},$$

где MPT — ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ и MPM — ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ.

См. также МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, АКСЕЛЕРАТОР.

МУЛЬТИПЛИКАТОР ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ (foreign trade multiplier) — увеличение внешней торговли страны в результате повышения внутреннего спроса. Рост внутреннего спроса име-

Цикл	а		
	Изменение в национальном доходе, млн ф. ст.	Изменение в потреблении ($MPC = 0.75$)	Изменение в сбережениях ($MPS = 0.25$)
1. Начальное увеличение расходов	500	375	125
2.	375	281	94
3.	281	211	70
4.	211	158	53
5.	158	119	39
Все последующие циклы	<u>475</u>	<u>356</u>	<u>119</u>
Всего	<u>2000</u>	<u>1500</u>	<u>500</u>

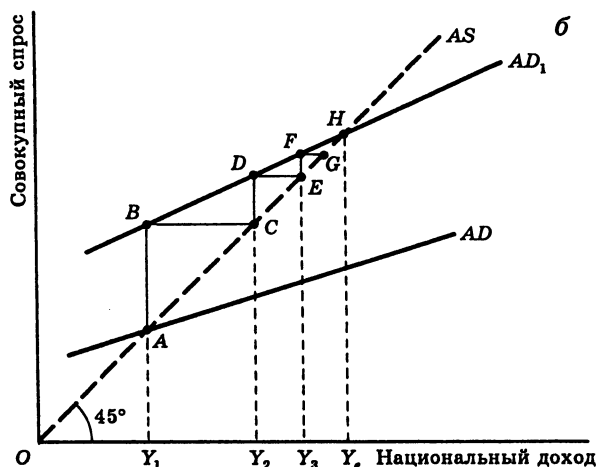


Рис. 73. Мультипликатор. а. Мультипликационный процесс. б. Эффект мультипликатора при увеличивающихся расходах национального дохода.

ет двоякий эффект. Помимо непосредственного увеличения спроса на отечественные товары и услуги он также приводит к: (а) *прямому* увеличению спроса на ИМПОРТ на сумму, определяемую ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТЬЮ К ИМПОРТУ страны, и (б) *косвенному* повышению спроса на ЭКСПОРТ из этой страны со стороны тех стран, доходы которых выросли благодаря увеличению экспорта в данную страну.

Последний эффект обычно бывает гораздо меньшим, чем первый, поэтому в целом результатом будет уменьшение вели-

чины внутреннего МУЛЬТИПЛИКАТОРА, т. е. увеличение чистого импорта частично поглощает дополнительный доход, созданный ростом расходов на внутренний продукт.

См. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, ПРИНЦИП ЛОКОМОТИВА.

МУЛЬТИПЛИКАТОР СБАЛАНСИРОВАННОГО БЮДЖЕТА (balanced budget multiplier) — изменение СОВОКУПНОГО СПРОСА, вызванное изменением ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ, которое точно компенсируется изменением доходов от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и из других источников. Изменение государственных расходов оказывает непосредственное воздействие на спрос и вызывает такое же изменение дохода. Напротив, изменение налогообложения не изменяет совокупный доход на ту же величину, поскольку часть возросшего (сократившегося) РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА будет возмещена изменением СБЕРЕЖЕНИЙ. Следовательно, увеличение государственных расходов и налогообложения на равную сумму приведёт к росту совокупного спроса и доходов, тогда как снижение государственных расходов и налогообложения на равную сумму — к сжатию в экономике.

См. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ, ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

МЯГКАЯ ВАЛЮТА, или **НЕКОНВЕРТИРУЕМАЯ ВАЛЮТА** (soft currency) — ИНОСТРАННАЯ ВАЛЮТА, предложение которой на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ является избыточным, а спрос мал. Статус мягкой валюты обычно связан с экономически слабой страной, которая имеет большой дефицит своего ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА. При этом предложение валюты велико из-за необходимости финансирования закупок импортной продукции, а спрос на эту валюту сравнительно невелик, поскольку гораздо меньшее её количество требуется для закупки экспорта данной страны. Однако в СИСТЕМЕ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ спрос и предложение валюты теоретически должны уравниваться посредством ОБЕСЦЕНЕНИЯ её ВАЛЮТНОГО КУРСА. Ср. ТВЁРДАЯ ВАЛЮТА.

Н

НАДБАВКА К КУРСУ АКЦИЙ 1 (premium) — 1. Продажа новых АКЦИЙ по повышенной цене. В Великобритании это требует выпуска новых акций по цене, превышающей номинальную. В других странах, где акции не имеют номинальной цены, это предполагает продажу новых акций по цене, превышающей рыночную.

2. Покупка акций определённых компаний по цене, превышающей среднюю рыночную цену акций других компаний, действующих в той же сфере экономики. Более высокая цена покупки отражает оптимистическую оценку инвестором будущего этой компании.

3. Общее повышение цен на все акции в ожидании улучшения экономического положения.

См. также СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ.

НАДБАВКА К ЦЕНЕ (premium) — добавка к официальной ПРЕЙСКУРАНТНОЙ ЦЕНЕ товара или услуги, продаваемых производителями потребителям. Надбавка может быть назначена за срочную доставку продукта или может отражать временный дефицит продукта. «Цена с надбавкой» на продукт, которая выше цен на подобные продукты, может быть установлена производителем, который способен убедить покупателей, что его товар лучше подобных товаров, предлагаемых другими производителями. См. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА.

НАЁМ (hire) — использование физическим лицом или фирмой актива, предоставленного владельцем этого актива им в аренду за определённую плату (арендная плата). Аренда даёт возможность потребителям или фирмам пользоваться активом, не затрагивая больших средств на его покупку.

См. ЛИЗИНГ.

НАЁМНЫЙ РАБОТНИК (employee) — человек, нанятый другим человеком или фирмой для предоставления услуг труда в каче-

стве ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА товаров или услуг. Ср. РАБОТОДАТЕЛЬ, САМОЗАНЯТЫЙ.

См. ЗАНЯТОЕ НАСЕЛЕНИЕ.

«НАКАЧКА СПРОСА» (pump priming) — расходы государства на проведение ОБЩЕСТВЕННЫХ РАБОТ и т. д., имеющие целью увеличение СОВОКУПНОГО СПРОСА для стимулирования экономической деятельности и увеличения НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Возросшие государственные расходы будут посредством эффекта МУЛЬТИПЛИКАТОРА увеличивать расходы в других секторах экономики, способствуя уменьшению БЕЗРАБОТИЦЫ и увеличению выпуска товаров и услуг.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ.

НАКЛАДНАЯ (delivery note) — документ, посылаемый потребителю поставщиком в момент поставки продукции, в котором указан физический объем поставляемой продукции. После него потребителю обычно отсылается СЧЕТ-ФАКТУРА, в котором указывается денежная стоимость поставляемой продукции. Ср. БАНКОВСКАЯ ВЫПИСКА.

НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ, или **КОСВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ** (overheads or indirect costs) — любые ЗАТРАТЫ, которые не связаны напрямую с производством продукции, т. е. любые расходы, за исключением расходов на ОСНОВНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ и ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ. Производственные накладные расходы включают другие производственные затраты, такие как плата за отопление, освещение и электричество, а также амортизация зданий и оборудования. Затраты на такие процессы, как содержание производственных помещений, складов и рабочих столовых, которые обслуживают производственные сектора, также входят в состав накладных расходов. ТОРГОВЫЕ ЗАТРАТЫ, СБЫТОВЫЕ ЗАТРАТЫ и все административные затраты также входят в накладные расходы, так как они непосредственно не относятся к производству продукции.

См. ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ.

НАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА, или **КАПИТАЛООБРАЗОВАНИЕ** (capital accumulation or capital formation) — 1. Процесс приращения чистого ЗАПАСА КАПИТАЛА в экономике с целью увеличения суммарного объема выпуска. Накопление КАПИТАЛЬНЫХ БЛАГ представляет собой отказ от ПОТРЕБЛЕНИЯ, который требует вознаграждения за капитал в форме ПРОЦЕНТА, больших ПРИБЫЛЕЙ или общественной выгоды. Норма накопления основного капитала в экономике является важным фактором, обуславливающим темпы роста экономики, и представлена в различных ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФУНКЦИЯХ и моделях ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОС-

та. Раздел экономической теории под названием ТЕОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ уделяет значительное внимание определению соответствующих норм накопления капитала, типов требуемого капитала и инвестиционных проектов, необходимых для максимизации «уровня развития» в странах третьего мира (см. РАЗВИВАЮЩАЯСЯ СТРАНА). В развитых странах ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА в той или иной степени влияет на решения частного сектора (см. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ), связанные со СБЕРЕЖЕНИЯМИ и ИНВЕСТИЦИЯМИ (накоплением капитала), и поэтому на них может косвенно влиять государство. Само же государство инвестирует в ИНФРАСТРУКТУРУ экономики. Этот прямой контроль за накоплением капитала и косвенный контроль над частными инвестициями возлагают на государство ответственность за достижение траектории оптимального роста экономики на государство. Большое значение имеет также тип накопления капитала (т. е. РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА или УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА).

См. также ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА, ИЗОБРЕТЕНИЕ, ИННОВАЦИЯ, КАПИТАЛОЁМКОСТЬ.

2. Процесс роста наличного КАПИТАЛА конкретной фирмы посредством увеличения РЕЗЕРВОВ нераспределённой прибыли.

НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ (currency) — БАНКОТЫ и МОНЕТЫ, выпускаемые руководящими денежно-кредитными учреждениями, которые формируют часть денежной массы.

НАЛИЧНЫЙ РЫНОК (spot market) — рынок, на котором покупка или продажа ТОВАРОВ (чая, резины и т. д.) и финансовых инструментов (ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ, АКЦИЙ 1 и АКЦИЙ 2) производится с немедленной поставкой, в противоположность ФЬЮЧЕРСНОМУ РЫНКУ, на котором поставка предметов сделок производится в определённый момент времени в будущем. На наличных рынках цены товаров и финансовых инструментов, покупка и продажа которых осуществляется в самых различных местах, выравниваются посредством АРБИТРАЖА.

НАЛОГ (tax) — сбор, налагаемый правительством на доход, имущество и увеличение рыночной стоимости активов отдельных людей и предприятий (ПРЯМОЙ НАЛОГ); на стоимость закупок товаров и услуг (КОСВЕННЫЙ НАЛОГ) и на собственность. В Великобритании налоги на доходы включают личный ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ и НАЛОГ НА КОРПОРАЦИИ; налог на наследство используется для обложения богатства (см. НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО); НАЛОГ НА КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ используется для обложения случайных прибылей; налоги на расходы включают НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, АКЦИЗЫ и ИМПОРТНЫЕ ПОШЛИНЫ; налоги

на собственность включают муниципальный налог (см. МЕСТНЫЙ НАЛОГ) и унифицированный сбор с предприятий. Такие налоги используются для увеличения доходов государства и в качестве средства контроля над уровнем и распределением расходов в экономике.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ОБЩЕСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ.

НАЛОГ AD VALOREM — налог, взимаемый в процентах от цены за единицу выпуска.

См. ПОТОВАРНЫЙ НАЛОГ, НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ (НДС).

НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ (НДС) (value-added tax (VAT)) — КОСВЕННЫЙ НАЛОГ, которым государство облагает ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ товара или услуги. Налогооблагаемой базой является разность между стоимостью продукции и стоимостью материальных ресурсов и внешних услуг, использованных для выпуска этой продукции. Конечная сумма налога прибавляется к продажной цене товара и уплачивается покупателем. Например, торговец *В* продаёт свою продукцию по 100 ф. ст. за единицу, а стоимость купленных им ресурсов составляет 80 ф. ст. на единицу продукции. Таким образом, добавленная стоимость составляет 20 ф. ст. на единицу продукции. Если НДС равен 10%, продажная цена единицы продукта составит 110 ф. ст., где 10 ф. ст. — сумма налога, уплачиваемая покупателем. Из этих 10 ф. ст., полученных от потребителя, торговец *В* оставляет себе 8 ф. ст. в качестве компенсации той суммы НДС, которую он уплатил при покупке факторов производства, а оставшиеся 2 ф. ст. платит государству. Таким же образом торговец *А* (который поставлял ресурсы торговцу *В* в сумме 80 ф. ст. на единицу производимой последней продукцией), получая сумму НДС, равную 8 ф. ст., от торговца *В*, оставляет себе из неё определённую сумму НДС, которую он уплатил при покупке соответствующих ресурсов, а оставшуюся сумму платит государству. Итоговое значение всех этих платежей торговцев *А*, *В* и др. государству равно 10 ф. ст., которые оплачивает потребитель конечного продукта.

В Великобритании некоторые продукты освобождены от НДС, т. е. имеют нулевую ставку налога; остальные облагаются НДС по различным ставкам для различных групп продуктов. Например, детская одежда освобождена от НДС, а НДС на автомобили равен 17.5%.

НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО (wealth tax) — НАЛОГ на личное имущество, которое приносит владельцам те или иные выгоды. Налоги на имущество могут использоваться для перерас-

пределения имущества в обществе в рамках государственной политики РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ. В Великобритании налог на имущество принимал в разное время различные формы, прежде всего формы *налога на недвижимость, налога на передачу капитала* и (в настоящее время) *налога на наследство*.

НАЛОГ НА КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ (capital gains tax) — НАЛОГ на излишек, получаемый от продажи АКТИВА по более высокой цене, чем та цена, которая была за него первоначально заплачена. Поскольку налогом на капитальный выигрыш обычно облагается номинальный КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ, то в периоды высокой ИНФЛЯЦИИ этот налог может быть чрезмерно обременительным для компаний, у которых реальный выигрыш от прироста капитала (с учётом высокой СТОИМОСТИ ЗАМЕННЫХ АКТИВОВ) значительно меньше номинального. Однако можно учесть этот факт, облагая налогом только те выигрыши, которые в своём росте обгоняют инфляцию.

НАЛОГ НА КОРПОРАЦИИ (corporation tax) — ПРЯМОЙ НАЛОГ, которым государство облагает ПРИБЫЛЬ компаний. Ставка налога на корпорации важна для фирмы, ибо она определяет сумму прибыли после налогообложения, которая может быть использована для выплаты ДИВИДЕНДОВ акционерам или реинвестирования в производство.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, НЕРАСПРЕДЕЛЕННАЯ ПРИБЫЛЬ.

НАЛОГ НА РАСХОДЫ (expenditure tax) — один из видов КОСВЕННОГО НАЛОГА, который закладывается в цену продажи товара и ложится на потребителя.

Увеличить свои доходы при использовании ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ государство может двумя способами: налогами на расходы и налогами на ДОХОДЫ (ПРЯМЫЕ НАЛОГИ). Налогами на доход, например ПОДОХОДНЫМ НАЛОГОМ, облагается источник дохода, тогда как налогами на расходы облагается сделка. Прямые налоги являются прогрессивными (см. ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ), поскольку величина налоговых платежей зависит от дохода лица, тогда как налоги на расходы — регрессивными (см. РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ), ибо потребители выплачивают их в пропорции к стоимости покупок и независимо от своего дохода.

В Великобритании основными видами налога на расходы являются: НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, АКЦИЗЫ и ТАМОЖЕННЫЕ ПОШЛИНЫ.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ.

НАЛОГ С ПРОДАЖ, или **НАЛОГ С ОБОРОТА** (sales tax or turnover tax) — форма КОСВЕННОГО НАЛОГА, величина которого включается в продажную цену товара и выплачивается потребителем. К налогам с продаж относятся НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ и АКЦИЗ.

НАЛОГ С ФОНДА ОПЛАТЫ ТРУДА (payroll tax) — налог с общего фонда ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ фирмы. Налог может оплачиваться целиком фирмой или на какой-либо договорной основе с работниками. Поскольку такой налог изменяет относительные стоимости ТРУДА и КАПИТАЛА, он может привести к замещению труда капиталом.

НАЛОГОВАЯ БАЗА (tax base) — общая сумма, на которую налоговые органы могут назначить НАЛОГ. Например, налоговой базой для ПОДОХОДНОГО НАЛОГА является весь налогооблагаемый доход, а налоговой базой для НАЛОГА НА КОРПОРАЦИИ является вся налогооблагаемая прибыль.

НАЛОГОВАЯ ГАВАНЬ (tax haven) — страна, в которой действуют низкие ставки как индивидуальных, так и корпоративных НАЛОГОВ и которая таким образом стремится привлечь богатых людей и ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ, стремящиеся минимизировать свои налоговые выплаты.

См. ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА.

НАЛОГОВАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ (tax return) — документ, который должны заполнять все налогоплательщики (в том числе и потенциальные) для НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ ВЕЛИКОБРИТАНИИ, подробно представляющий их ДОХОД и рост РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ АКТИВОВ, а также все скидки и освобождения от уплаты налога, которые могут относиться к этому доходу.

НАЛОГОВАЯ СЛУЖБА ВЕЛИКОБРИТАНИИ (inland revenue) — государственный орган в Великобритании, ведающий оценкой налоговых обязательств физических и юридических лиц (см. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ) и сбором налоговых платежей. В Соединённых Штатах сходные функции выполняет Налоговое управление.

НАЛОГОВОЕ БРЕМЯ (tax burden) — общая величина НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, выплачиваемая гражданами страны в форме ПОДОХОДНОГО НАЛОГА, налога на доход корпораций, налога на добавленную стоимость и т. д. Доля общей величины налогов в ВАЛОВОМ НАЦИОНАЛЬНОМ ПРОДУКТЕ является в некоторой степени показателем общего налогового бремени.

См. также РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ.

НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ (tax revenue) — деньги, получаемые правительством путём сбора НАЛОГОВ. Налоговые поступ-

ления из доходов (ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ и т. д.) зависят от ставки НАЛОГА на доход и уровня НАЛОГООБЛАГАЕМОГО ДОХОДА, в то время как налоговые поступления из расходов (НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ и т. д.) зависят от ставок косвенных налогов и от уровня налогооблагаемых расходов. Налоговые поступления колеблются с изменением уровня экономической активности, возрастая в периоды процветания, когда большинство людей имеют работу, налогооблагаемые доходы и тратят больше.

НАЛОГОВЫЙ КРЕДИТ (tax credit) — см. ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ.

НАЛОГООБЛАГАЕМЫЙ ДОХОД (taxable income) — величина индивидуального дохода, полученная путём вычета из дохода всех налоговых скидок, на которые имеет право данный налогоплательщик, и являющаяся базой для НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ (taxation) — государство получает денежные средства от обложения НАЛОГАМИ доходов отдельных людей и предприятий, расходов, богатства, увеличения рыночной стоимости активов и собственности. Налоги используются для разнообразных целей: (а) для увеличения доходов правительства, идущих на покрытие его собственных расходов на обеспечение общественных благ (таких, как школы, больницы, дороги и т. д.) и на социальные выплаты людям в случае безработицы, по болезни и т. д. (см. БЮДЖЕТ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ); (б) как инструмент ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ при регулировании уровня совокупных расходов (СОВОКУПНЫЙ СПРОС) в экономике (см. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ); (в) для изменения распределения доходов и богатства (см. ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА); (г) для контроля количества ввозимых в страну товаров (см. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА).

В анализе национального дохода налогообложение является утечкой из модели КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

См. ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, НАЛОГОВАЯ СЛУЖБА ВЕЛИКОБРИТАНИИ.

НАРИЦАТЕЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ (par value) — купонная цена ЦЕННОЙ БУМАГИ, например первоначальная номинальная ценность или номинал ОБЫКНОВЕННОЙ АКЦИИ (как противоположность её рыночной стоимости). Например, АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ может выпустить обыкновенные акции с номиналом, скажем, 25 ф. ст., хотя их рыночная цена на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ может быть ниже или выше номинала, в зависимости от текущего спроса и предложения.

НАСЕЛЕНИЕ (population) — совокупность людей, проживающих в стране. Численность населения определяется РОЖДАЕМОСТЬЮ

и СМЕРТНОСТЬЮ, а также направлением МИГРАЦИЙ. В большинстве промышленно развитых стран уровни смертности и рождаемости понижались на протяжении длительного периода (см. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ), что привело к медленному росту населения. Численность и рост населения страны определяют объём РАБОЧЕЙ СИЛЫ, которая может быть использована в производстве.

Ниже показана рождаемость и смертность в Великобритании на 1000 человек населения, 1740–1992 гг.

	Рождаемость	Смертность	Общая численность населения, млн
1740	37	36	7
1800	37	25	11
1900	26	17	38
1992	13	12	57

НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ (nationalization) — передача отрасли хозяйства в государственную собственность. В ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКЕ большая часть отраслей экономики или вся экономика принадлежит государству. Размещение ресурсов, определение объёма предложения товаров и услуг происходят в соответствии с НАЦИОНАЛЬНЫМ ПЛАНОМ. В СМЕШАННОЙ ЭКОНОМИКЕ государству принадлежат лишь некоторые отрасли, предложение большей части товаров и услуг обеспечивается отраслями, принадлежащими частным предпринимателям (см. ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА), через механизм рынка. Размер государственной собственности находится в сильной зависимости от политической идеологии. Так, сторонники централизованно планируемой экономики требуют большей национализации, а сторонники частного предпринимательства предлагают полностью отказаться от национализации или допускают её в очень ограниченном объёме. Например, в Великобритании правительство лейбористов в 1949 г. национализировало чёрную металлургию, предварительно национализировав БАНК АНГЛИИ, гражданскую авиацию, транспорт, производство электроэнергии, угольную и газовую промышленности. Чёрная металлургия была денационализирована правительством консерваторов в 1953 г. и вновь была национализирована лейбористами в 1967 г. С 1980 г. консерваторы вновь взяли курс на широкую денационализацию, включая программу «Сталь Британии» (см. ПРИВАТИЗАЦИЯ).

Основной экономический аргумент в пользу национализации основывается на существовании ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ:

некоторые товары и услуги могут быть более эффективно произведены в условиях монополии, поскольку в этом случае ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА настолько велика, что, только организовав всю отрасль на единой производственной базе, можно полностью использовать преимущества, связанные со снижением затрат. Вероятность возникновения естественной монополии повышается там, где производство товаров и услуг предполагает продажу с помощью сетевых сооружений, как, например, при поставках газа, электроэнергии и воды, в оказании железнодорожных услуг и услуг телефонной связи. В этих случаях прокладка конкурирующих между собой коммуникаций и путей сообщения привела бы к бесполезным дополнительным затратам ресурсов. Значительная экономия от масштаба связана также с капиталоемкостью в таких отраслях, как чёрная металлургия и электроэнергетика. Другие экономические обоснования национализации, однако, менее убедительны: убыточные отрасли или частные фирмы должны быть реорганизованы; появляются политические интересы, связанные с сохранением рабочих мест. Например, в Великобритании в 1975 и 1977 гг. соответственно были национализированы автомобилестроительная фирма «British Leyland» и судостроительная фирма «British Shipbuilders», но уже в 80-х гг. они вернулись в частное владение.

Частная монополия, несомненно, могла бы извлечь такие же выгоды в эффективности, что и государственная. Однако существует опасность, что она воспользуется своим положением на рынке для установления монопольных цен. Напротив, государственная монополия стремилась бы к защите интересов потребителей путём установления «справедливых» цен. Однако противники национализации утверждают, что для государственных монополистов характерна расточительность, перекрывающая экономию от масштаба, связанная с внутренней неэффективностью, негибкость бюрократии и трудности контроля порождают Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ. Они также полагают, что существует опасность, что такая неэффективность может быть растянута во времени из-за государственных субсидий убыточным отраслям.

Проблема приведения в соответствие производственной эффективности с другими экономическими и социальными целями правительства ещё более усложняет ситуацию. Например, правительство может заставить национализированные отрасли снизить цены, чтобы способствовать контролю за инфляцией, но в длительном периоде снижение денежных поступлений в отрасли может привести к сокращению инвестиционных программ. Многие национализированные отрасли перегружены со-

циальными обязательствами. Например, правительство может потребовать от них предоставления почтовых и железнодорожных услуг отдалённым сельским общинам, даже если это совершенно лишено экономического смысла.

Таким образом, оценка плюсов и минусов национализации — сложная задача. С точки зрения экономической эффективности, согласно британской политике в отношении конкуренции, национализированные монополии могут быть подвергнуты проверке со стороны КОМИССИИ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ на предмет определения того, действуют ли они в общественных интересах или нет.

См. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ СРЕДНИХ ЗАТРАТ, ДВУХСТАВОЧНЫЙ ТАРИФ, КОММУНАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, РЕГУЛИРОВАНИЕ НОРМЫ ПРИБЫЛИ, ПРИВАТИЗАЦИЯ.

НАЦИОНАЛИЗИРОВАННАЯ ОТРАСЛЬ (nationalized industry) — отрасль промышленности, принадлежащая государству.

См. НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ.

НАЦИОНАЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ ПО ИССЛЕДОВАНИЯМ И РАЗРАБОТКАМ (national research and development corporation) — британская организация, оказывавшая различную поддержку (в том числе и финансовую) разработкам и внедрению в промышленность ИЗОБРЕТЕНИЙ с 1948 по 1981 г.

См. ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД, или **ФАКТОРНЫЙ ДОХОД** (national income or factor income) — суммарный денежный доход, полученный домашними хозяйствами в обмен на предложение ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА бизнесу в течение определённого промежутка времени. Национальный доход равен ЧИСТОМУ НАЦИОНАЛЬНОМУ ПРОДУКТУ и состоит из суммарной денежной ценности товаров и услуг, произведённых за определённый промежуток времени (ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ) за вычетом ПОТРЕБЛЕНИЯ КАПИТАЛА.

См. ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАН (national plan) — долгосрочный план развития экономики. Подобные планы обычно охватывают период до пяти или более лет и составляются для того, чтобы устранить узкие места экономического развития посредством координации роста различных секторов экономики, используя необходимые инвестиции и трудовые соглашения. В централизованно планируемой экономике национальный план вырабатывается правительственными органами, в смешанной

экономике он является результатом совместной работы правительства, профсоюзов и представителей деловых кругов.

См. также ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ (national product) — денежное выражение стоимости всех товаров и услуг, произведённых в стране в течение определённого периода времени (ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ). Валовой национальный продукт за вычетом ПОТРЕБЛЕНИЯ КАПИТАЛА или амортизации составляет ЧИСТЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, который равен НАЦИОНАЛЬНОМУ ДОХОДУ.

См. ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО ЦЕНАМ И ДОХОДАМ (National board for prices and incomes) — регулирующий орган Великобритании, контролировавший цены, заработную плату и т. д. в соответствии с ПОЛИТИКОЙ ЦЕН И ДОХОДОВ. Действовал с 1965 по 1970 г.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ (National enterprise board) — британская организация, которая поддерживала и финансировала РАЦИОНАЛИЗАЦИЮ, СЛИЯНИЯ и инвестиционные проекты промышленного сектора в период с 1975 по 1981 г.

См. БРИТАНСКАЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ГРУППА, ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ (National Economic Development Council (NEDC)) — организация, существовавшая в Великобритании в период с 1961 по 1992 г. Целью Совета было улучшение недостаточных (по сравнению с другими развитыми странами) экономических показателей страны. Совет был создан как регулирующий орган экономики, и его задачей было собрать воедино правительство и обе стороны производства: управленческие структуры и профсоюзы. В его функции входило определение препятствий, стоящих на пути увеличения эффективности и темпов экономического роста, а также нахождение способов преодоления этих препятствий. Первичные организации Совета были представлены различными подкомитетами (комитетами экономического развития) — по одному в каждой отрасли отечественной промышленности. Центральный орган Совета играл поддерживающую и координирующую роль.

См. также ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАН.

НЕВИДИМАЯ РУКА (invisible hand) — термин, предложенный Адамом СМИТОМ для обозначения способа, с помощью которого рыночный механизм (ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА) может координировать

независимые решения покупателей и продавцов без чьего-либо сознательного вмешательства в этот процесс. Смит считал, что, выполняя функции автоматического уравнивающего механизма, «невидимая рука» максимизирует индивидуальное благосостояние и экономическую эффективность.

См. ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

НЕВИДИМЫЕ ЭКСПОРТ И ИМПОРТ (invisible export and import) — услуги, такие как банковские операции, страхование и туризм, которые остаются невидимыми и не регистрируются при пересечении границ между странами. Невидимые экспорт и импорт вместе с «ВИДИМЫМИ» ЭКСПОРТОМ И ИМПОРТОМ формируют СЧЁТ ТЕКУЩИХ ОПЕРАЦИЙ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА страны.

См. ЭКСПОРТ, ИМПОРТ.

НЕВИДИМЫЙ БАЛАНС (invisible balans) — отчёт о торговле страны в сфере УСЛУГ с остальными странами мира за определённый период времени. Термин «невидимый баланс» специально исключает торговлю ТОВАРАМИ и концентрируется на доходах и платежах в иностранной валюте, связанных с банковским делом, страхованием, туризмом, а также процентами и прибылями от иностранных инвестиций. В отличие от товарных сделок, которые таможенные службы могут проследить и зарегистрировать при пересечении государственной границы, невидимые платежи и поступления регистрируются по данным о перечислении средств компаниями и финансовыми институтами в центральный банк.

См. ПЛАТЁЖНЫЙ БАЛАНС.

НЕВИДИМЫЙ НАЛОГ (hidden tax) — КОСВЕННЫЙ НАЛОГ, включённый в ЦЕНУ товара или услуги, о существовании и величине которого потребитель не всегда осведомлён. Например, размер АКЦИЗА, включённого в цену сигарет или пива, обычно неизвестен потребителю. Напротив, НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ включается в цену продукта как определённый процент.

НЕДЕЛИМЫЕ ЕДИНИЦЫ (indivisibilities) — минимальные физические или технические ограничения размеров, налагаемые на ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА. Например, предприятие желает приобрести станок, производящий 5 000 операций в день. Конструкция и технические факторы позволяют получить станок с минимальной дневной выработкой 10 000 операций. Станок неделим, поскольку его нельзя превратить в два полустанка. Поэтому в этом случае СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ на производство каждой единицы продукции больше, чем средние затраты в случае оптимального использования потенциала данного станка.

Производитель мог бы достичь ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, выпуская большее количество продукции, но в этом случае могут возникнуть проблемы сочетания между собой неделимых производственных единиц с разными техническими возможностями. Например, если вышеупомянутому производителю необходимо скомбинировать станок А с производительностью 10 000 единиц в день и станок В с производительностью 4 000 единиц в день, то тогда он сможет использовать оба типа станков максимально экономичным способом, только производя 20 000 единиц в день на двух станках А и пяти станках В. Другой уровень производства приведёт к недоиспользованию одного или другого станка.

См. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ.

НЕДИСКРЕЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ (nondiscretionary competition policy) — подход к контролю деятельности МОНОПОЛИИ, заключающийся в установлении приемлемых стандартов СТРУКТУРЫ РЫНКА и РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ и в категорическом запрещении любого отклонения от этих стандартов.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

НЕДОИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОЩНОСТИ (underutilized capacity) — выпускаемый предприятием объём продукции ниже уровня, при котором СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ в коротком периоде минимальны.

См. ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА.

НЕЗАВЕРШЁННОЕ ПРОИЗВОДСТВО (work in progress) — любые предметы, которые ещё находятся в процессе превращения в конечную продукцию. Незавершённое производство вместе с ЗАПАСАМИ материалов и конечных продуктов формируют ИНВЕСТИЦИИ В ЗАПАСЫ.

НЕЗАВИСИМАЯ ПЕРЕМЕННАЯ (independent variable) — переменная, влияющая на некоторые другие переменные в модели. Например, цена товара (независимая переменная) определяет объём спроса на этот товар (ЗАВИСИМАЯ ПЕРЕМЕННАЯ).

См. ФУНКЦИЯ СПРОСА, ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

НЕЗАКОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (illegal activities) — любая деятельность, которая, будучи запрещённой законом, исключена из исчислений НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Контрабанда наркотиков, например, нелегальна и поэтому не является частью законной экономической деятельности.

См. ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА, ЧЁРНЫЙ РЫНОК.

НЕЗАКОННОСТЬ (per se illegality) — незаконное запрещение элементов РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ (например, СОГЛАШЕНИЕ ПО

ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ) и СТРУКТУРЫ РЫНКА (например, сли-
яний, которые могут уменьшать конкуренцию) в рамках НЕ-
ДИСКРЕЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

НЕКОНВЕРТИРУЕМАЯ ВАЛЮТА — см. МЯГКАЯ ВАЛЮТА.

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ (intangible assets) — имущество,
не имеющее физической формы, такое как ГУДВИЛЛ, ПАТЕНТЫ и
ТОРГОВЫЕ ЗНАКИ, имеющее денежную оценку. Ср. МАТЕРИАЛЬ-
НЫЕ АКТИВЫ.

НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ (necessary condition) — условие, обя-
зательное для достижения цели. Необходимое условие обычно
противопоставляется *достаточному условию*, выполнение ко-
торого обеспечивает достижение цели.

Например, увеличение ИНВЕСТИЦИЙ является необходимым
условием для достижения более высоких темпов ЭКОНОМИЧЕС-
КОГО РОСТА, но не является достаточным, поскольку иные фак-
торы, такие как РАБОЧАЯ СИЛА, также необходимы для повыше-
ния темпов экономического роста.

НЕОКЕЙНСИАНЦЫ (neokeynesians) — экономисты, которые под-
держивают в той или иной степени основные положения тео-
рии КЕЙНСА, а также пересматривают и развивают теорию, им
предложенную.

См. МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ДОМАРА, МОДЕЛЬ ЭКОНО-
МИЧЕСКОГО РОСТА ХАРРОДА.

НЕОКЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (neoclassi-
cal economics) — направление экономической мысли, основан-
ное на учении А. Маршалла и др., которое заменило собой док-
трины классической экономической теории в конце XIX в.
Неоклассическая теория отошла от классической школы (час-
то это называют «маржиналистской революцией»), уделявшей
основное внимание происхождению богатства и его распре-
делению между трудящимися, землевладельцами и капитали-
стами, к изучению принципов, в соответствии с которыми
происходит оптимальное размещение редких ресурсов для удо-
влетворения потребностей. В рамках неоклассической теории
были созданы принципы убывающей ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ и
АНАЛИЗА РАВНОВЕСИЯ В СРАВНИТЕЛЬНОЙ СТАТИКЕ.

НЕПОЛНОЦЕННЫЙ ТОВАР, или **НИЗШЕЕ БЛАГО** (inferior
product) — благо (товар или услуга), для которого эластич-
ность СПРОСА по доходу отрицательна. Иными словами, с уве-
личением дохода приобретаемое количество этого блага сни-
жается. Следовательно, когда цена такого продукта падает,

увеличивая тем самым реальный доход потребителей, то это уменьшение цены будет порождать эффект дохода, приводящий к уменьшению спроса. Этот эффект противоположен по направлению эффекту замещения от снижения цены, который выражается в том, что потребители будут покупать большее количество данного товара, так как он стал относительно дешевле. Сказанное относится к ограниченному кругу товаров и услуг.

См. ЭФФЕКТ ЦЕНЫ, НОРМАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, КРИВАЯ ДОХОД — ПОТРЕБЛЕНИЕ, ЗАКОН ЭНГЕЛЯ.

НЕПРЕДВИДЕННАЯ ИНФЛЯЦИЯ (unanticipated inflation) — будущий темп инфляции, который является сюрпризом для большинства предпринимателей, деятелей профсоюзов и потребителей, поскольку не ожидается ими. В отличие от ОЖИДАЕМОЙ ИНФЛЯЦИИ, непредвиденная инфляция не учитывается в текущих ценах на товары, услуги и активы, а также в ставках заработной платы, согласованных с требованиями рабочих. Поэтому она приводит к более болезненным последствиям, чем ожидаемая инфляция.

См. РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ.

НЕОПРОТЕКЦИОНИЗМ (new protectionism) — использование различных приёмов, таких как СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ЭКСПОРТА, местные требования и соглашения по лицензированию экспорта, которые служат для ограничения МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

НЕОСЯЗАЕМЫЕ АКТИВЫ (intangibles) — затраты и выгоды, порождаемые обычно инвестиционными проектами (см. ИНВЕСТИЦИИ), которые либо не могут быть определены количественно (квантифицированы), либо могут быть квантифицированы, но без перевода в денежные единицы. К первому типу относятся, например, живописные (сценические) эффекты проектов, такие как дорожки аэропорта в сельской местности. Ко второму типу можно отнести, например, уменьшение числа погибших при несчастных случаях, связанное с проектами постройки дорог. В этом случае возникают сложности в определении денежной оценки каждой сохранённой жизни. Такие неосязаемые активы важны, хотя не могут быть включены в оценку инвестиций.

См. АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ».

НЕПРИБЫЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (non-profit making organization) — любая организация, например благотворительная, в задачи которой не входит получение прибыли.

НЕРАВНОВЕСИЕ (disequilibrium) — ситуация, когда состояние РАВНОВЕСИЯ не достигнуто или, будучи достигнутым, нарушается. Если существует естественная тенденция к равновесию, то говорят, что система устойчива. Если верно противоположное, то говорят, что система неустойчива.

См. ПАУТИНООБРАЗНАЯ МОДЕЛЬ, ДИНАМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.

НЕРАСПРЕДЕЛЁННАЯ ПРИБЫЛЬ (retained profits or undistributed profits) — ПРИБЫЛЬ после уплаты налогов, которая реинвестируется (*превращается в капитал*) фирмой вместо того, чтобы быть выплаченной собственникам компании в качестве ДИВИДЕНДОВ. Нераспределённая прибыль образует ценный источник капитала для инвестирования в дополнительные ПОСТОЯННЫЕ АКТИВЫ или ТЕКУЩИЕ АКТИВЫ. Это приводит к увеличению ценности компании для акционеров и увеличению их применяемого капитала. Нераспределённая прибыль является формой сбережений предприятия.

См. НОРМА СБЕРЕЖЕНИЙ.

НЕРЫНОЧНЫЙ ПРОДУКТ (nontraded product) — 1. Продукт, торговля которым невозможна ни при каких обстоятельствах, так как не существует рынков для его сбыта. К этим продуктам относятся, например, КОЛЛЕКТИВНЫЕ БЛАГА, такие как оборона.

2. Нереализуемый продукт — продукт, торговать которым невозможно за пределами ограниченной зоны, так как его объём или вес делают очень дорогой его транспортировку и торговлю за границами этой зоны. Примерами такого продукта могут служить гравий и кирпичи.

НЕСОВЕРШЕННЫЙ РЫНОК — см. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ.

НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ, или **БАНКРОТСТВО** (insolvency or bankruptcy) — условие, при котором ПАССИВЫ (см. КРЕДИТОР) индивида или фирмы превышают АКТИВЫ. Поэтому данный индивид или фирма неспособны выполнить все накопленные финансовые обязательства посредством реализации своих активов.

Несостоятельность может возникнуть после периода времени, в течение которого расходы индивида превышали его доход или затраты фирмы превышали её выручку от реализации (т. е. она несла УБЫТКИ). Часто несостоятельный человек или фирма становятся банкротом и производят ЛИКВИДАЦИЮ своих активов, а полученные в результате этого денежные суммы распределяются между кредиторами.

См. ЗАКОН О НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ, 1986.

НЕ УСКОРЯЮЩИЙ ИНФЛЯЦИЮ УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ (nonaccelerating inflation rate of unemployment (NAIRY)) — уровень БЕЗРАБОТИЦЫ, соответствующий постоянному темпу ИНФЛЯЦИИ. Этот уровень безработицы часто называют ЕСТЕСТВЕННЫМ УРОВНЕМ БЕЗРАБОТИЦЫ. Естественный уровень безработицы отражает спрос на труд и предложение труда, т. е. действие рыночных сил, которые не ускоряют и не замедляют текущий темп инфляции, поскольку порождают инфляционные ОЖИДАНИЯ среди работодателей и наёмных работников, совместимые с этим текущим темпом инфляции.

Однако естественный уровень безработицы не является постоянным. Он может изменяться на международном уровне или внутри какой-либо страны в разные периоды времени в результате:

(а) правительственных мер, имеющих целью снизить инфляционные ожидания путём проведения ПОЛИТИКИ ЦЕН И ДОХОДОВ, направленной на снижение заработной платы и замедление роста цен;

(б) различных мероприятий, воздействующих на совокупное предложение. Например, программы профессиональной переподготовки, влияя на уровень квалификации и мобильность рабочей силы, помогают увеличить предложение товаров и услуг в соответствии с текущим спросом. Это может как снизить уровень безработицы при данном темпе инфляции, так и уменьшить темп инфляции при данном уровне безработицы.

См. УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ/ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

НЕЭЛАСТИЧНЫЙ (inelastic) — относительно нечувствительный к изменениям. См. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ, ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ, ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ, ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА.

НЕЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ, или **ВМЕНЁННЫЕ ЗАТРАТЫ** (implicit cost or imputed cost) — АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ ФИРМЫ, связанные с использованием своих собственных ресурсов производства продукции. Например, если фирма занимает здание, которое является её собственностью, она отказывается от возможности сдачи его в аренду. Таким образом, неявные затраты представляют собой потерю дохода, который мог бы быть получен при сдаче внаём (или продаже) ресурсов фирмы.

Чтобы правильно оценить общие затраты на производство товаров или услуг, фирма должна *включить* в них стоимость аренды на уровне существующих рыночных ставок.

См. ПРИБЫЛЬ, ЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ, ТЕНЕВАЯ ЦЕНА.

НИЖНЯЯ ГРАНИЦА ЦЕНЫ (price floor) — минимальная цена, которая может быть назначена за продукт. Нижняя граница цены устанавливается правительством. Ср. ПОТОЛОК ЦЕНЫ.

См. КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ, ЦЕНОВАЯ ПОДДЕРЖКА, МИНИМАЛЬНАЯ СТАВКА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, ЕДИНАЯ АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА.

НИЗШЕЕ БЛАГО — см. НЕПОЛНОЦЕННЫЙ ТОВАР.

НИСХОДЯЩАЯ ИНТЕГРАЦИЯ (forward integration) — объединение в рамках одной фирмы двух или более последовательных стадий производства (сбыта), при котором к предшествующей стадии присоединяются последующие. Пример: приобретение мукомольными фирмами предприятий, потребляющих их продукцию, т. е. хлебопекарен. Основными мотивами осуществления нисходящей интеграции для фирмы являются стремление гарантировать рынок сбыта для своей продукции и экономия на затратах.

См. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВОСХОДЯЩАЯ ИНТЕГРАЦИЯ.

НОВАЯ ИНДУСТРИАЛЬНАЯ СТРАНА (newly industrializing country) — развивающаяся страна, отказавшаяся от специализации на первичных видах экономической деятельности (добыча полезных ископаемых, растениеводство и животноводство) и сделавшая упор на создание производственной базы отраслей перерабатывающей промышленности как элемента долгосрочной программы индустриализации. Примерами новых индустриальных стран могут служить Бразилия, Мексика, Гонконг.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

НОВООБРАЗУЮЩИЕ ИНВЕСТИЦИИ (greenfield investment) — создание фирмой нового обрабатывающего завода, мастерской, офиса и т. д. Новообразующие инвестиции предпринимаются «стартовыми» (т. е. новыми) субъектами бизнеса и уже существующими фирмами с целью расширения своей деятельности (см. ОРГАНИЧЕСКИЙ РОСТ). Постройка нового завода может оказаться предпочтительнее использования существующих заводов при поглощениях или слияниях (см. ВНЕШНИЙ РОСТ), поскольку это даёт фирме большую гибкость в выборе подходящего расположения. Это позволяет ей построить завод, размер которого наиболее подходит для внедрения современной технологии, избегая таким образом различных проблем, связанных с рационализацией и реорганизацией существующих заводов и практикой ограничения на увольнение.

См. ВХОД НА РЫНОК, БАРЬЕРЫ ВХОДА.

НОВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОРЯДОК (new international economic order) — экономическая и полити-

ческая концепции, выступающие за необходимость фундаментальных преобразований в международной торговле и экономическом развитии в целях устранения экономических диспропорций между развитыми странами и развивающимися странами. Организация Объединённых Наций в ответ на призыв развивающихся стран выдвинула Декларацию и Программу действий по установлению Нового Международного Экономического порядка (приняты в 1974 г.) и определила меры, призванные улучшить положение развивающихся стран. В качестве основных были признаны следующие направления деятельности: а) международные торговые соглашения по поддержке экспорта сырья из развивающихся стран; б) переговоры о специальных уступках в международной торговле, облегчающих экспорт готовых изделий из развивающихся стран на рынки развитых стран; в) поддержка программы экономической помощи, состоящей в безвозмездном предоставлении развивающимся странам финансовых и реальных ресурсов; г) усиление экономического сотрудничества между развивающимися странами.

Эти нововведения проводились в первую очередь через КОНФЕРЕНЦИЮ ООН ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ, но не имели большого успеха.

НОВЫЙ ПРОДУКТ (new product) — товар или услуга, отличающиеся от уже существующих настолько, что воспринимаются потребителями как новые. Степень «новизны» блага может колебаться от сравнительно незначительных усовершенствований уже существующей продукции до принципиально новых продуктов, таких, например, как микроволновые печи. Новый продукт может дать производителю существенные преимущества в дифференциации продукта перед конкурентами. Таким образом, РАЗРАБОТКА НОВОГО ПРОДУКТА — важная часть неценовой конкуренции при олигополии.

НОМЕНКЛАТУРА ПРОДУКЦИИ — см. АССОРТИМЕНТ ИЗДЕЛИЙ.

НОМИНАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (nominal interest rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, выплачиваемая по ЗАЙМУ без поправки на инфляцию. Ср. РЕАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА.

НОМИНАЛЬНАЯ ЦЕНА (nominal price) — ЦЕНА БЛАГА или ЦЕННОЙ БУМАГИ, измеренная в текущих единицах ценности без поправки на инфляцию. Ср. РЕАЛЬНАЯ ЦЕНА.

НОМИНАЛЬНОЕ ВЛАДЕНИЕ (nominee holding) — АКЦИИ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, держателями которых являются фиктивные владельцы, действующие в пользу «конечных» держателей. Номинальное владение обычно используется тогда, когда

физическое или юридическое лицо хочет сохранить в тайне объём своего пакета акций компании. Номинальное владение часто служит подготовкой поглощения.

НОМИНАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ (nominal values) — измерение экономического агрегата (например, ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА) в текущих ценах. Из-за того, что цены год от года изменяются, наблюдения, основанные на текущих ценах, могут скрывать реальную тенденцию. Ср. РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ.

НОМИНАЛЬНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС (nominal exchange rate) — ВАЛЮТНЫЙ КУРС, выраженный в текущих денежных единицах, т. е. без поправки на инфляцию. Ср. РЕАЛЬНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС.

НОМИНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ (nominal rate of protection) — фактический размер защиты (см. ПРОТЕКЦИОНИЗМ), оказываемой отечественным производителям конечной продукции, при которой вводится тариф на импортную (конкурирующую) конечную продукцию. Предположим, например, что первоначально и отечественный, и импортный товары имели цену, равную 100 ф. ст. Если теперь на импортный товар накладывается 10%-ный НАЛОГ AD VALOREM, то его цена поднимется до 110 ф. ст. Это позволяет внутренней ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ (и ценам) расти в пределах 10 ф., при том, что отечественный товар остаётся полностью конкурентоспособным. Номинальный уровень защиты, оказываемой отечественному товару, составляет 10% от цены импортного товара. Ср. ЭФФЕКТИВНЫЙ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ.

НОРМА ЛИКВИДНОСТИ — см. НОРМА РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ.

НОРМА ОТДАЧИ (rate of return) — ПРИБЫЛЬ, получаемая на отдельном предприятии, измеренная в процентном отношении к АКТИВАМ, используемым на этом предприятии.

См. НОРМАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ, СВЕРХПРИБЫЛЬ, РЕГУЛИРОВАНИЕ НОРМЫ ОТДАЧИ, ОТДАЧА НА ИСПОЛЬЗОВАННЫЙ КАПИТАЛ.

НОРМА РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ, или **НОРМА ЛИКВИДНОСТИ** (reserve asset ratio or liquidity ratio) — доля общих активов КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА, которую последний держит в форме ликвидных активов для удовлетворения ежедневных требований его клиентов на наличность и других финансовых обязательств. В Великобритании активы, хранимые в качестве части резервных активов, включают в себя БАНКОВСКУЮ НАЛИЧНОСТЬ (банкноты и монеты) и ОСТАТКИ НА СЧЕТАХ БАНКА АНГИИ, вместе составляющие РЕЗЕРВНУЮ НАЛИЧНОСТЬ, а также деньги

ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ (краткосрочные вложения в УЧЕТНЫЙ РЫНОК) и переводные ВЕКСЕЛЯ и КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ с близким сроком погашения.

Норма ликвидных активов в общих активах может определяться соображениями коммерческой предусмотрительности (поддержания у клиентов уверенности в способности банка по требованию выплатить их вклады) и является делом личного благоразумия управляющих банка. В некоторых странах, однако, регулирующие денежное обращение власти могут устанавливать обязательную и одинаковую для всех минимальную норму резервных активов в банковском секторе. Это происходит вследствие того, что норма резервных активов в банковском секторе определяет размер новых банковских депозитов, которые могут быть созданы и, таким образом, значительно влияют на объём ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ОПЕРАЦИИ НА ОТКРЫТОМ РЫНКЕ.

НОРМАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ (normal profit) — ПРИБЫЛЬ, достаточная для того, чтобы обеспечивать предложение фирмой своего товара или услуги. Согласно ТЕОРИИ РЫНКОВ, нормальная прибыль входит в состав ЗАТРАТ производства (см. АЛЛОКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ).

Если уровень прибыли, получаемой на каком-либо конкретном рынке, слишком низок по сравнению с уровнем прибыли, получаемой на другом рынке с той же степенью риска, то ресурсы фирмы переместятся в другую сферу использования.

См. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ, ВЫХОД С РЫНКА, СВЕРХПРИБЫЛЬ.

НОРМАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ (normal product) — товар или услуга, для которых ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ положительна: по мере возрастания дохода покупатели приобретают большее количество данного блага. Снижение цены такого блага повышает реальный доход потребителя, и ЭФФЕКТ ДОХОДА проявляется в увеличении объёма спроса. Это усиливает ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ, который побуждает потребителя покупать большее количество подешевевшего блага.

Всё вышесказанное относится к большинству благ, за исключением НЕПОЛНОЦЕННЫХ ТОВАРОВ, для которых эффект дохода отрицателен.

См. ЭФФЕКТ ЦЕНЫ.

НОРМАТИВНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (normative economics) — изучение того, что «должно быть», а не того, что «есть». Например, утверждение, что «люди, имеющие боль-

шой доход, *должны* платить больший подоходный налог, чем люди с низким доходом», является нормативным. Нормативные утверждения отражают субъективные ценностные суждения людей о том, что хорошо и что плохо, и опираются на этические понятия, такие как «справедливость», а не на строгие экономические обоснования. Фактические экономические эффекты структуры налогообложения, при которой богатые несут более тяжкое бремя налогов, чем бедные (например, налог на расходы и сбережения), являются предметом изучения позитивной экономической теории.

См. ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ.

НОУ-ХАУ (know-how) — опыт и торговые связи, накопленные фирмой за время её деятельности, которые усиливают её конкурентоспособность.

ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ РЕСУРСАМИ (factor endowment) — ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА, которые имеются в распоряжении страны для производства товаров и услуг. Величина и качество ресурсной базы страны (природные ресурсы, рабочая сила и капитал) определяют тот объём товаров и услуг, который она в состоянии произвести (см. ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ), а также темпы роста уровня жизни её граждан (см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ). Различия между странами в обеспеченности ресурсами создают стимулы для участия в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ с целью приобретения тех продуктов, которые та или иная страна не может производить сама с достаточной степенью эффективности.

ОБЕСЦЕНЕНИЕ (discount) — 1. Покупка акций или облигаций отдельной компании по цене ниже среднерыночной, рассчитанной по ценам акций и облигаций компаний, действующих в данной сфере. Цена в этом случае ниже, ибо инвесторы менее оптимистичны в оценке перспектив данной компании.

2. Падение цен всех акций и облигаций в преддверии экономического спада.

3. Расхождение между ВАЛЮТНЫМ КУРСОМ иностранной валюты и превышающим его «официальным» валютным курсом при СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННЫХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ.

4. (depreciation) — см. АМОРТИЗАЦИЯ.

ОБЛИГАЦИЯ (bond) — ЦЕННАЯ БУМАГА, выпускаемая предприятиями и государством как средство заимствования долгосрочных кредитов. Облигации обычно выпускаются на несколько лет, по истечении которых они погашаются. Помимо этого, по ним выплачивается доход в размере постоянной НОМИНАЛЬНОЙ (КУПОННОЙ) ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ.

При выпуске на облигации указывается её номинальная ценность. Рыночная же цена облигации, по которой она впоследствии продаётся, варьирует, поддерживая ЭФФЕКТИВНУЮ ПРО-

ЦЕНТНУЮ СТАВКУ по облигации на одном уровне с текущей процентной ставкой на рынке. Например, облигация стоимостью 100 ф. ст. с номинальной процентной ставкой 5% (5 ф. ст. в год) будет продаваться по цене 50 ф. ст., если текущая процентная ставка равна 10%, так что покупатель облигации сможет получить по ней эффективный доход в 5 ф. ст. / 50 ф. ст. = 10% на свои вложения.¹

Помимо источника заёмных средств государственные облигации используются органами денежного регулирования как средство регулирования ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ. Например, если власти хотят сократить предложение денег, они могут выпустить облигации и продать их населению, сокращая таким образом объём ликвидных средств банковской системы, так как её клиенты выписывают чеки на покупку этих облигаций.

См. также ОПЕРАЦИИ НА ОТКРЫТОМ РЫНКЕ, СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ, СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ, КОНСОЛИ.

ОБМЕН (exchange) — 1. Акт купли-продажи товаров и услуг в форме БАРТЕРА или на РЫНКЕ.

2. Способ финансирования закупки товаров и услуг на рынке.

См. ДЕНЬГИ, ВАЛЮТА.

ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ (working capital) — краткосрочные ТЕКУЩИЕ АКТИВЫ фирмы, которые быстро оборачиваются в течение производственного процесса.оборотный капитал включает в себя ЗАПАСЫ материалов, незавершённого производства и конечной продукции, дебиторскую задолженность (см. ДЕБИТОР), наличность, за вычетом краткосрочных ТЕКУЩИХ ПАССИВОВ. Увеличение объёма деятельности фирмы обычно приводит к увеличению запасов и дебиторской задолженности и, таким образом, к увеличению требуемого оборотного капитала. Уменьшение промежутков времени между оплатой материалов, превращением их в конечные продукты, продажей этих продуктов и поступлением денег от потребителей будет вести к уменьшению требуемого оборотного капитала.

См. также СВЕРХАКТИВНОСТЬ, ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК, КРЕДИТНЫЙ КОНТРОЛЬ, УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ, ФАКТОРИНГ.

ОБРАЗОВАНИЕ КОМПАНИИ (company formation) — процесс образования АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, который включает в себя

¹ Приведённый расчёт сильно упрощён. Рыночная цена облигации зависит от величины купонного дохода, от срока, оставшегося до очередного платежа, от номинала, от срока, оставшегося до погашения, от рыночной процентной ставки. — *Прим. ред.*

несколько этапов: (а) составление МЕМОРАНДУМА ОБ АССОЦИИ; (б) подготовка УСТАВА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА; (в) подача заявления РЕГИСТРАТОРУ КОМПАНИЙ для получения РАЗРЕШЕНИЯ НА СОЗДАНИЕ КОРПОРАЦИИ; (г) выпуск АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА; (д) начало хозяйственной деятельности.

ОБРАЗОВАНИЕ КОНГЛОМЕРАТА — см. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ.

ОБРАТНОЕ ПОГЛОЩЕНИЕ (reverse takeover) — ситуация, при которой меньшая по размеру, но более динамичная компания, стремящаяся к быстрому росту, осуществляет захват большей, но менее прогрессивной компании, выпуская АКЦИИ или ЦЕННЫЕ БУМАГИ с ФИКСИРОВАННОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ с целью сбора необходимых средств и скупки акций большей компании.

См. ПОГЛОЩЕНИЕ.

ОБРАТНЫЙ ЛИЗИНГ (leaseback) — договор, по которому собственник АКТИВА соглашается продать его другому лицу или компании при условии сохранения права на аренду этого актива прежним владельцем в течение определённого срока и за заранее оговорённую ренту. Обратный лизинг, как правило, используется компаниями с крупными активами, такими как НЕДВИЖИМОСТЬ, от продажи которой можно получить наличные деньги, чтобы вложить их в другие сферы деятельности.

См. АРЕНДА, ЛИЗИНГ.

ОБСЛЕДОВАНИЕ СЕМЕЙНЫХ БЮДЖЕТОВ (family expenditure survey) — исследование структуры расходов домашних хозяйств, проводимое ежегодно английским правительством. Информация, полученная в ходе исследования, используется правительством для формирования типичной «корзины» товаров и услуг, покупаемых потребителями, цены на которые могут затем применяться для расчёта индекса розничных цен.

См. ИНДЕКС ЦЕН.

ОБСЛУЖИВАНИЕ ЗАДОЛЖЕННОСТИ (ДОЛГА) (debt servicing) — затраты на осуществление выплат процентов и регулярных выплат в счёт погашения основной части ЗАЙМА наряду с другими платежами, возлагаемыми на ЗАЕМЩИКА.

ОБЩАЯ ВЫРУЧКА (total revenue) — совокупная выручка, полученная ФИРМОЙ от продажи некоторого количества продукта, равная произведению цены на объём. В условиях СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ фирма сталкивается с горизонтальной КРИВОЙ СПРОСА, соответствующей текущей рыночной цене. Каждая дополнительная проданная единица выпуска (ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА) добавляет в точности такое же количество денег к общей выручке, как и предыдущая единица. Таким образом,

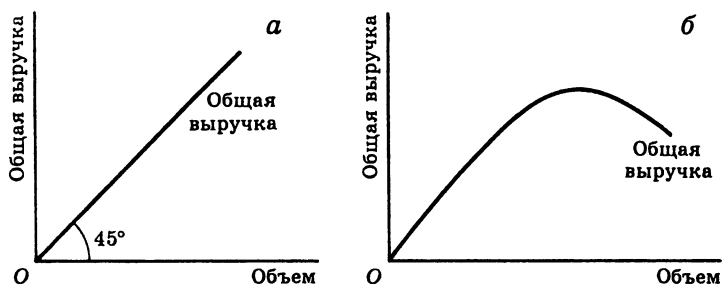


Рис. 74. Общая выручка.

кривая общей выручки является прямой линией с положительным наклоном (см. рис. 74а). В условиях несовершенной конкуренции (например, монополистической конкуренции) фирма сталкивается с понижающейся кривой спроса, и ей приходится снижать цену, чтобы продать больший объем продукта. По мере того, как цена понижается, каждая дополнительная продаваемая единица выпуска добавляет всё меньшее количество денег к общей выручке, чем предыдущие единицы. Таким образом, общая выручка растёт уже с убывающей скоростью и в конечном счёте начинает уменьшаться (см. рис. 74б).

Сочетание общих затрат и ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ определяет уровень выпуска, при котором фирма достигает свою цель МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ.

См. ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА.

ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (total utility) — общее удовлетворение (ПОЛЕЗНОСТЬ), которое индивид получает от потребления данного количества продукта в определённый промежуток времени. Общая полезность индивида обычно увеличивается по мере того, как он потребляет всё большее количество некоторого продукта, но, как правило, со всё меньшей скоростью. Каждая дополнительная потребляемая единица добавляет всё меньшую ПРЕДЕЛЬНУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ, чем предыдущая единица, по мере того как потребность индивида в этом продукте насыщается.

См. ФУНКЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ, КАРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, УБЫВАЮЩАЯ ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ.

ОБЩЕЕ ПРАВО (common law) — свод законов, постепенно создаваемый на протяжении многих лет как результат предшествующих судебных решений, разъясняющих законодательство. Эти решения создают юридические нормы, которым необходимо неукоснительно следовать при разборе последующих судебных дел.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА (social products or merit goods or public goods) — ТОВАРЫ и УСЛУГИ, предоставляемые государством на благо всех граждан или большинства населения страны (образование, здравоохранение, жильё и т. д.). В отличие от ЧАСТНЫХ БЛАГ прямая связь между потреблением общественного блага и платой за него отсутствует. Общественные блага оплачиваются за счёт общего налогообложения, а не покупаются отдельными потребителями на рынке.

См. также КОЛЛЕКТИВНЫЕ БЛАГА.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ (social cost) — ЗАТРАТЫ общества, порождённые действиями ФИРМ. Рассмотрим в качестве примера реку, которая используется предприятием химической промышленности для сброса отходов и городом, как источник питьевой воды. Предположим, что сброс отходов вызывает загрязнение реки. Фирма несёт ЧАСТНЫЕ ЗАТРАТЫ по производству химических препаратов, но ничего не платит за использование реки или за вызванное этой фирмой ЗАГРЯЗНЕНИЕ окружающей среды. Город же вынужден устанавливать специальные водоочистные сооружения, чтобы противостоять загрязнению. Таким образом, дополнительные издержки по очистке речной воды осуществляются не фирмой, а обществом.

Один из способов устранения этого расхождения между частными и общественными затратами заключается в обложении фирмы налогом, эквивалентным издержкам очистки реки от загрязнения. Необходимость нести *полные* затраты на производство химических препаратов побуждают фирму к поиску менее дорогостоящего способа размещения отходов. Таким образом, эта фирма вместо того, чтобы сбрасывать отходы в реку, может найти для себя более дешёвым инвестировать в строительство завода по переработке этих отходов.

См. также ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ, ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ, АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ», ПРИНЦИП «ЗАГРЯЗНИЛ — ПЛАТИ».

ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАБОТЫ (public works) — расходы государства на социальную ИНФРАСТРУКТУРУ, в частности на дороги, дома, больницы, уборку мусора и т. д. За осуществление таких расходов выступал КЕЙНС во время ДЕПРЕССИИ 1930-х гг. для того, чтобы облегчить проблему БЕЗРАБОТИЦЫ и стимулировать СОВОКУПНЫЙ СПРОС через эффект мультипликатора.

См. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ.

ОБЩЕСТВО ВЗАИМНОГО КРЕДИТА (friendly society) — ассоциация физических лиц (членов), регулярно вносящих на до-

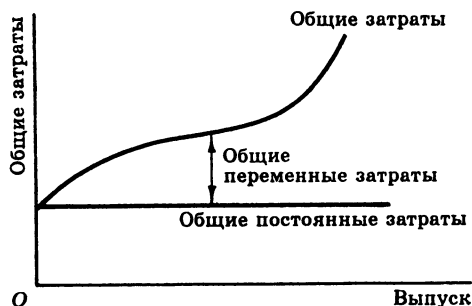


Рис. 75. Общие затраты.

бровольной основе взносы в фонд, из которого они могут брать деньги в трудные для них времена или для покупки дома. Эти общества явились предшественниками современных СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ и СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЩЕСТВ.

См. РЕГИСТРАТОР ОБЩЕСТВ ВЗАИМНОГО КРЕДИТА, АКТ О СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЩЕСТВАХ 1986 г.

ОБЩИЕ ВНУТРЕННИЕ РАСХОДЫ (total domestic expenditures) — общие расходы жителей данной страны на КОНЕЧНЫЕ ПРОДУКТЫ (расходы на промежуточные продукты не учитываются). Если из этой суммы вычесть расходы на импорт и добавить к ней расходы иностранцев на товары и услуги, произведённые внутри этой страны, мы получим оценку ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА.

См. также ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ (total cost) — ЗАТРАТЫ всех ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, использованных фирмой при производстве данного объёма продукта. В коротком периоде общие затраты фирмы состоят из общих ПОСТОЯННЫХ ЗАТРАТ и общих ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ.

Кривая общих затрат короткого периода, изображённая на рис. 75, является суммой общих постоянных затрат (константы) и общих переменных затрат. Она имеет S-образную форму, так как при низких значениях выпуска общие и переменные затраты растут медленно (вследствие возрастающей ОТДАЧИ ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА), а при высоких уровнях выпуска общие переменные затраты растут быстрее (вследствие убывающей отдачи переменного ресурса).

Сочетание общих затрат и ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ определяет объём выпуска, при котором фирма достигает своей цели МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ или МИНИМИЗАЦИИ УБЫТКОВ.

В ТЕОРИИ РЫНКОВ фирма останавливает производство, если в коротком периоде она не может получить общую выручку, достаточную для покрытия её общих переменных затрат. Если она может получить общую выручку, достаточную для покрытия общих переменных затрат, а также части общих постоянных затрат, она будет продолжать производство в коротком периоде, несмотря на то, что оно является убыточным. В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ фирма либо должна получать общую выручку, достаточную для покрытия общих затрат, включая НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ, либо в противном случае она должна покинуть рынок.

См. ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ.

ОБЩИЙ РЫНОК (common market) — форма ТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ между странами, при которой страны-члены устраняют в отношениях между собой все торговые барьеры (ТАРИФЫ и т. д.) на товары и услуги и создают единую систему барьеров в торговле с остальным миром, в частности единый внешний тариф (см. ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ). Кроме того, общий рынок обеспечивает свободное движение через национальные границы труда и капитала. Цель общего рынка — использовать выгоды от международной СПЕЦИАЛИЗАЦИИ, тем самым повышая реальный уровень жизни в странах-членах.

Краткосрочные и среднесрочные последствия образования общего рынка проявляются, главным образом, в увеличении объёмов торговли между странами-членами. РАСШИРЕНИЕ ТОРГОВЛИ обычно связано с перераспределением ресурсов на рынке в пользу производства с наименьшими затратами, а также с понижением цен вследствие устранения тарифов и снижения издержек производства (см. ВЫИГРЫШИ ОТ ТОРГОВЛИ).

Кроме того, можно рассчитывать, что общий рынок обеспечит долгосрочные изменения, способствующие повышению экономической эффективности, такие как:

(а) КОНКУРЕНЦИЯ: устранение тарифов и прочих торговых барьеров может расширить сферу действенной конкуренции; производителей с высокими затратами вынуждают уйти с рынков, тогда как эффективные и передовые поставщики товаров и услуг получают новые возможности сбыта;

(б) ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА: увеличение размера внутреннего рынка позволяет фирмам использовать преимущества крупномасштабного производства и сбыта, тем самым снижая издержки производства и увеличивая СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА;

(в) ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ: можно ожидать, что более широкие возможности сбыта и усиление конкуренции подтолкнут фирмы к инвестированию и внедрению новых технологий и продуктов;

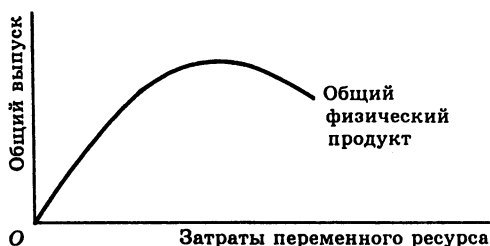


Рис. 76. Общий физический продукт.

(г) ИНВЕСТИЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: сочетание таких тенденций, как рост доходов на душу населения, увеличение объемов торговли, повышение экономической эффективности производства и инвестиций, может привести к более высоким темпам экономического роста и реального уровня жизни.

Единственным примером общего рынка является ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО.

ОБЩИЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ (В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ) (total physical product) — общий объем выпуска, произведенный в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ с использованием различных количеств ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА (в сочетании с заданным количеством ПОСТОЯННОГО РЕСУРСА). Кривая общего физического продукта, изображенная на рис. 76, вначале круто поднимается вверх (отражая возрастающую отдачу ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА), а затем теряет наклон вследствие действия убывающей отдачи переменного ресурса.

ОБЪЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (quantity supplied) — количество ПРОДУКТА (или ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА), которое поставщики предлагают к продаже в заданный промежуток времени. Объем предложения продукта зависит от цены этого продукта, цены факторов производства, состояния технологии и т. д.

См. ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ОБЪЕМ ПРОДАЖ (quantity traded) — количество проданного/купленного ПРОДУКТА (ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА). На большинстве рынков объем продаж зависит от взаимодействия СПРОСА и ПРЕДЛОЖЕНИЯ, определяющих РАВНОВЕСНУЮ РЫНОЧНУЮ ЦЕНУ продукта.

ОБЪЕМ СПРОСА (quality demanded) — количество ПРОДУКТА (или ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА), которое потребители или фирмы покупают в заданный промежуток времени. Объем спроса на продукт зависит от цены этого продукта, дохода потребителей, цен продуктов-заменителей и т. д.

См. ФУНКЦИЯ СПРОСА, КРИВАЯ СПРОСА, ПРОИЗВОДНЫЙ СПРОС.

ОБЫКНОВЕННЫЕ АКЦИИ (ordinary shares or equity) — ЦЕННЫЕ БУМАГИ, выпускаемые для частных лиц и организаций, которые обеспечивают долгосрочное финансирование АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЙ. АКЦИОНЕРЫ, владеющие обыкновенными акциями, имеют право на чистую прибыль, полученную компанией после всех выплат (включая процентные платежи и налоги), и обычно получают всю эту прибыль или некоторую её часть в виде ДИВИДЕНДОВ. В случае, если компания завершит своё существование (см. НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ), владельцы обыкновенных акций имеют право на АКТИВЫ предприятия, оставшиеся после выплаты всех долгов и удовлетворения всех претензий владельцев ПРИВИЛЕГИРОВАННЫХ АКЦИЙ. Держатели обыкновенных акций, как правило, имеют право голоса на ГОДОВОМ ОБЩЕМ СОБРАНИИ компании. Это право определяется количеством акций, которыми владеют акционеры.

См. также АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ.

ОБЯЗАТЕЛЬНОСТЬ (liability) — обязанность частного лица или фирмы удовлетворять предъявляемые им требования в отношении имущества, приобретённого на заёмные средства. Таким образом, обязательство является формой ДОЛГА, например, банковский овердрафт или ССУДА, ЗАКЛАДНАЯ строительного общества.

См. АКТИВ, БАЛАНС.

ОВЕРДРАФТ — см. БАНКОВСКАЯ ССУДА.

ОГРАНИЧЕНИЕ ТОРГОВЛИ (restraint of trade) — см. СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ, ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТОРГОВАЯ ПРАКТИКА.

ОГРАНИЧЕННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (limited liability) — ответственность, ограничивающая максимальный убыток АКЦИОНЕРА в случае банкротства компании размером его начального вклада в АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ данной компании.

Принцип ограниченной ответственности ограничивает максимальный убыток акционера в случае банкротства компании тем начальным акционерным капиталом, который он вложил в неё, поэтому претензии кредитора на другие активы акционера недопустимы. Благодаря появлению такого принципа защиты акционеров намного увеличилось количество людей, готовых вкладывать свои средства в АКЦИОНЕРНЫЕ КОМПАНИИ, и последние стали расти быстрее. Чтобы предупредить кредиторов о том, что любые их претензии будут ограничены величиной уставного капитала компании, в конце названий этих компаний в Великобритании пишут слово «Limited» (Ltd.) или слова «Public Limited Company» (Plc.).

Если субъект бизнеса несёт *неограниченную ответственность*, как в случае индивидуальных частных предприятий, полных товариществ, компаний с неограниченной ответственностью, то собственники полностью отвечают за все долги предприятия в случае банкротства. При этом они могут потерять не только капитал, вложенный в данное предприятие, но и большую часть своих личных активов.

ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТОРГОВАЯ ПРАКТИКА (*restrictive trade practice*) — способы сокращения и устранения конкуренции между производителями аналогичной продукции. Примерами ограничительной практики служат ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО, ОТКАЗ В ПОСТАВКЕ, ЦЕНОВОЕ СЖАТИЕ, СВЯЗАННЫЕ ПРОДАЖИ, СКИДКИ ПО СОВОКУПНОМУ ОБЪЁМУ, ПОДДЕРЖАНИЕ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН И УБЫТОЧНОЕ ЛИДИРОВАНИЕ. В результате проведения ПОЛИТИКИ В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ подобная практика либо запрещается совсем, либо имеет право существовать только в случае, если можно доказать, что её существование в «общественных интересах».

См. УПРАВЛЕНИЕ ПО СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛЕ, КОМИССИЯ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ.

ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТРУДОВАЯ ПРАКТИКА (*restrictive labour practice*) — практика, обычно используемая ПРОФСОЮЗОМ в интересах его членов, которая имеет результатом сокращение производственной эффективности. Например, отдельный профсоюз может настаивать на том, чтобы определённое количество людей выполняло определённую работу, даже если это приводит к содержанию большего количества рабочих, чем непосредственно необходимо для эффективного выполнения этой работы (раздувание штатов). Различные профсоюзы, действующие на одном заводе, могут устанавливать разграничительные правила, определяющие, какую работу их члены выполнять могут, а какую нет, что приводит к ограничению взаимозаменяемости рабочих мест. Профсоюзы могут сопротивляться установке нового оборудования, особенно если это приводит к потере рабочих мест.

См. также ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ, ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ОДНОРОДНЫЕ ПРОДУКТЫ (*homogeneous products*) — любые идентичные блага, предлагаемые на рынке конкурирующими производителями. При полной осведомлённости покупатели будут рассматривать эти продукты как совершенные заменители и не будут отдавать предпочтение продуктам конкретных производителей. Однородность продукта вынуждает производителей назначать за него единую цену.

См. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА.

ОЖИВЛЕНИЕ — см. ПОДЪЕМ.

ОЖИДАЕМАЯ ИНФЛЯЦИЯ (anticipated inflation) — будущий уровень инфляции в стране, ожидаемый деловыми людьми, профсоюзными деятелями и потребителями. Ожидания людей по поводу уровня инфляции влияют на ценообразование, переговоры о зарплате и решения о расходах и сбережениях. Частью антиинфляционной политики являются попытки государства повлиять на эти ожидания, отвергая возможность дальнейшего роста инфляции, публикуя индексы цен и доходов и т. д. Ср. НЕПРЕДВИДЕННАЯ ИНФЛЯЦИЯ.

См. ОЖИДАНИЯ, УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ/ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА.

ОЖИДАНИЯ (expectations) — прогнозы в отношении будущих событий, которые влияют на текущее экономическое поведение. Как справиться с неопределённостью будущего, особенно когда каждый индивид имеет своё особое, субъективное восприятие этого будущего, — вот в чём состоит основная нерешённая проблема экономической науки (см. РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ).

Поэтому в большинстве случаев экономический анализ включает ожидания в различные модели в качестве заданной переменной, обычно либо используя принцип CETERIS PARIBUS, либо допуская, что индивид действует в соответствии с ГИПОТЕЗОЙ РАЦИОНАЛЬНЫХ ОЖИДАНИЙ. Ещё одна проблема заключается в том, что ожидания подразумевают тот или иной период времени, а экономический анализ большей частью статичен, т. е. объектом его исследования являются лишь состояния равновесия, но не процесс движения от одного такого состояния к другому (см. АНАЛИЗ В СРАВНИТЕЛЬНОЙ СТАТИКЕ). Тем не менее ожидания играют значительную роль в экономической теории, особенно в работах Кейнса. Считается, что ожидания — основная переменная, определяющая динамику деловых циклов; кроме того, ожидания воздействуют на ВРЕМЕННУЮ СТРУКТУРУ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК, а также на СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ.

Чтобы включить ожидания в экономическую теорию, поведение индивида можно рассматривать как адаптивное. Примером такого подхода является гипотеза АДАПТИВНЫХ ОЖИДАНИЙ. Хотя эта концепция, состоящая в том, что ожидания будущего отражают события прошлого и настоящего, достаточно очевидна, попытки как можно точнее отобразить реальность привели к созданию гораздо более сложных теоретических построений.

См. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИКА, УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ/ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, СПЕКУЛЯНТ, ОЖИДАЕМАЯ ИНФЛЯЦИЯ.

ОЛИГОПОЛИЯ (oligopoly) — тип СТРУКТУРЫ РЫНКА, который характеризуется следующими признаками:

(а) *малое число фирм и большое число покупателей.* Это означает, что объём рыночного предложения находится в руках нескольких крупных фирм, которые продают продукцию многим «мелким» покупателям;

(б) *однородные или дифференцированные продукты.* Это означает, что продукты, предлагаемые производителями, могут быть одинаковыми или, что чаще, отличающимися друг от друга по одному или нескольким показателям. Эти различия могут иметь физическую природу (функциональные качества) или могут быть чисто мнимыми в том смысле, что могут быть искусственно созданы посредством РЕКЛАМЫ или СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА (см. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА);

(в) *труднодоступный вход на рынок*, т. е. высокие БАРЬЕРЫ ВХОДА, которые создают трудности входа на рынок для новых фирм.

Основная характеристика, связанная с условием «немногочисленности», известна под названием ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ. Каждая фирма при принятии решения относительно цен и других рыночных стратегий должна принимать в расчёт возможные реакции и встречные ходы своих конкурентов в ответ на свои собственные действия. Например, снижение цен может быть полезно для одной фирмы, если рассматривать её изолированно, но если это также вынудит другие фирмы снизить цены для сохранения объёма продаж, то в этом случае все фирмы могут столкнуться со снижением прибылей. Таким образом, олигополисты стремятся избежать ценовой конкуренции, применяя разнообразные механизмы для координации своих цен (см. ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО, КАРТЕЛИ).

Олигополисты конкурируют друг с другом, применяя различные стратегии дифференциации продуктов (рекламирование и стимулирование сбыта, выпуск новых продуктов). Эти меры сохраняют и повышают рентабельность, так как снижение цен легко дублировать, в то время как дифференциацию продукта трудно скопировать, и, таким образом, она даёт фирме возможность постоянного увеличения своей рыночной доли. Дифференциация позволяет увеличить объём продаж, не снижая при этом цены или переложив дополнительные затраты на потребителей. Дифференциация, основанная на ПРИВЕРЖЕННОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКЕ существующих производителей, затрудняет завоевание рынка новыми фирмами.

Традиционная (статическая) теория рынка указывает, что олигополия приводит к субоптимальной, по типу МОНОПОЛИИ,

ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА: объём выпуска сокращён ниже уровня минимальных затрат; неэффективные фирмы предохраняют себя «нежеланием» участвовать в ценовой конкуренции; конкуренция посредством дифференциации продукта увеличивает производственные затраты; устанавливаются цены, превышающие минимум средних производственных затрат, что приносит олигополистам СВЕРХПРИБЫЛЬ, которая защищена барьерами входа. Однако так же, как и в случае монополии, этот анализ не принимает во внимание возможности уменьшения отраслевых затрат и цен вследствие ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, а также важный вклад олигополистической конкуренции в ИННОВАЦИИ и разработку НОВЫХ ПРОДУКТОВ.

См. ЛОМАНАЯ КРИВАЯ СПРОСА, ЛИМИТИРУЮЩЕЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ, СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ДУОПОЛИЯ, ТЕОРИЯ ИГР, ПЕРЕСМОТРЕННАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ.

ОЛИГОПСОНИЯ (oligopsony) — форма КОНЦЕНТРАЦИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ, т. е. ситуация на РЫНКЕ, при которой небольшое количество крупных покупателей противостоит многим производителям. Сильные покупатели часто способны заключать выгодные для себя соглашения с производителями в форме ценовых льгот на ОПТОВЫЕ ЗАКУПКИ и продления сроков кредита.

См. также ОЛИГОПОЛИЯ, ДВУСТОРОННЯЯ ОЛИГОПОЛИЯ, УРАВНОВЕШИВАЮЩАЯ СИЛА.

ОПЕРАЦИИ ИНСАЙДЕРА (insider trading) — любые сделки с ценными бумагами, такими как АКЦИИ¹ и АКЦИИ², осуществляемые лицом, имеющим доступ к не подлежащей разглашению (конфиденциальной) информации, ещё недоступной для общего пользования, и вследствие этого получающим доход от знания этой информации. Например, лицо, работающее в торговом банке и занимающееся вопросами будущего ПОГЛОЩЕНИЯ фирмой-клиентом другой фирмы, может сам или через посредничество других людей договориться о покупке акций поглощаемой фирмы до официального объявления о поглощении.

См. КОДЕКС СИТИ.

ОПЕРАЦИИ НА ОТКРЫТОМ РЫНКЕ (open-market operation) — инструмент КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ, использующий покупку или продажу государственных КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ и ОБЛИГАЦИЙ в целях управления ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ДЕНЕГ. Если, например, руководящие кредитно-денежные учреждения хотят *увеличить* предложение денег, они будут скупать облигации у населения. Деньги, выплачиваемые населению, будут увеличивать их остатки на банковских счетах. Так как деньги поступают в банковскую систему, объём банковской ликвид-

ности возрастает, что позволяет им увеличивать объём кредитования. Это приводит к созданию новых банковских депозитов и, следовательно, увеличению предложения денег.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, НОРМА (КОЭФФИЦИЕНТ) РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ.

ОПЕРЕЖАЮЩИЙ ИНДИКАТОР (leading indicator) — статистический показатель, который, как следует из прошлого опыта, определяет будущие перемены в смежных областях экономики и, таким образом, может быть использован для предсказания этих перемен, так как его изменение предшествует переменам последовательно и с относительно постоянным временным интервалом. Например, текущая статистика рождаемости даёт надёжную возможность предсказать, сколько детей поступит в начальную школу через 5–6 лет. опережающие индикаторы, такие как объём заказов на новое оборудование для промышленности или строительства, часто используются для прогнозирования циклических колебаний макроэкономических переменных, таких как ВВП.

См. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ, АНАЛИЗ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ, ЗАПАЗДЫВАЮЩИЙ ИНДИКАТОР.

ОПЕРЕЖЕНИЯ И ЗАПАЗДЫВАНИЯ (leads and lags) — 1. Разница во времени между наибольшими и наименьшими значениями опережающих индикаторов и запаздывающих индикаторов и общим ходом делового цикла. Так, в семилетнем деловом цикле, пик которого приходится на середину (четвёртый год), опережающий индикатор, например объём начатого строительства жилья, может принимать пиковые значения на третьем году. Данный индикатор опережает деловой цикл на один год. Аналогично переменные, действующие с отставанием, принимают экстремальные значения позднее пиков делового цикла.

2. Временное отклонение от стандартной практики осуществления платежей, связанное с погашением задолженностей в международной торговле. Это отклонение от стандартной практики является результатом ожиданий торговцев, для которых может быть выгоднее погашение долга раньше (опережение) или позже (запаздывание) назначенного срока. Наиболее распространённым фактором, влияющим на такую практику, являются ожидания изменения валютного курса. Торговцы из импортирующей страны имеют стимул отсрочить выплату долга производителям из экспортирующей страны, если в обозримом будущем ожидается падение курса валюты страны-экспортёра. Соответственно при ожидании ревальвации (повыше-

ния валютного курса) торговцы страны-дебитора будут стремиться погасить долги заранее.

См. также ЭФФЕКТ J-ОБРАЗНОЙ КРИВОЙ, СВЯЗЬ С ЗАПАЗДЫВАНИЕМ, ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ.

ОПЛАТА (pay) — деньги, выплаченные наёмному работнику за выполненную им работу. Оплата выполняемой работы может производиться двумя способами:

(а) **повременная оплата** — определённые еженедельные ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА И СВЕРХУРОЧНЫЕ вместе с ежемесячным ЖАЛОВАНЫЕМ;

(б) **сдельная оплата** — оплата за СДЕЛАННУЮ РАБОТУ, премии (см. ПЕРСОНАЛЬНАЯ ОПЛАТА) и ОПЛАТА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРИБЫЛИ.

Основное различие между двумя названными видами оплаты труда заключается в том, что повременная оплата производится работникам за количество труда в период времени (часы, недели и т. д.) независимо от объёма произведённой ими продукции, тогда как сдельная оплата — за количество или ценность продукта, произведённого за данный период времени. Многие фирмы предпочитают сдельную оплату, так как она лучше стимулирует работников максимизировать объём выпуска, чем оплата работы с более медленными темпами. Однако от фирмы может потребоваться установление проверочной системы для того, чтобы убедиться, что больший выпуск не был достигнут за счёт ухудшения качества и надёжности изделий.

Ставка оплаты определяется большим количеством факторов, включая спрос и предложение на отдельные виды работ на РЫНКЕ ТРУДА (см. СТАВКА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ), роль ПРОФСОЮЗОВ (см. ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ) и общую экономическую обстановку (см., например, ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ).

Кроме денег работники могут получать другие различные выгоды, связанные с работой, такие как бесплатное или субсидированное питание, оплата транспорта и т. д. (см. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЛЬГОТЫ).

ОПЛАТА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРИБЫЛИ (profit-related pay) — система ОПЛАТЫ, в соответствии с которой наёмные работники получают часть своего заработка в форме платежей, связанных с ПРИБЫЛЬЮ. Сторонники такой системы полагают, что она может способствовать уменьшению БЕЗРАБОТИЦЫ тем, что ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА станет более гибкой. Они считают, что безработица происходит из-за того, что цена труда слишком высока и схема дохода, увязанного с прибылью, может способствовать большей гибкости рынков труда. В частности, они утвержда-

ют, что благодаря доходу, увязанному с прибылью, работодатели будут реже увольнять рабочих во время кризиса и больше нанимать их, когда экономическая конъюнктура улучшается. Кроме того, очевидно, что рабочие, доход которых зависит от прибыли фирмы, будут в большей степени заинтересованы в повышении ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ труда, чем рабочие, доход которых определяется ставкой заработной платы, так как они получают часть дополнительной прибыли.

См. также ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, СТАВКА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, МИНИМАЛЬНАЯ СТАВКА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ.

ОПЛАЧЕННЫЙ КАПИТАЛ (paid-up capital) — количество призванного капитала, которое акционеры выплатили к тому моменту, когда АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ выпустила акции с оплатой по фазам. Если некоторые акционеры не производят очередного платежа (см. «ПРИЗЫВЫ В ДОЛГАХ»), оплаченный капитал оказывается меньше призванного капитала.

См. ВЫПУСК АКЦИЙ.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ (money supply definitions) — определения ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, понимаемых в «узком» и «широком» смысле. «Узкие» определения включают в себя только активы с высокой ЛИКВИДНОСТЬЮ (т. е. активы, которые могут быть использованы непосредственно для финансирования сделок, например банкноты и монеты). «Широкие» определения включают также остальные, менее ликвидные активы, но тем не менее важные для финансирования расходов (например, ряд депозитов строительных обществ для использования их в сделках, должны быть предварительно изъяты, а затем «конвертированы» в банкноты и монеты). См. схему (источник: Bank of England Quarterly Bulletin, June 1992).

Обозначение	Определение	Сумма на конец 1991 г., млрд ф. ст.
«Узкие» деньги (деньги, используемые преимущественно как средство сбережения)		
M0	Купюры и монеты в обращении	15.7
	Денежное обращение плюс банковская наличность и операционные балансы Банка Англии	18.8
M1	M0 плюс текущий платежный счет частного сектора Великобритании на банковских депозитах	162.3
M2	M1 плюс депозиты частного сектора Великобритании в банках и строительных обществах	276.4

Обозначение	Определение	Сумма на конец 1991 г., млрд ф. ст.
«Широкие» деньги (деньги, используемые на расходы и/или как средство сбережения)		
МЗ Препрежнее название: стерлинговый МЗ	М1 плюс срочные депозиты частного сектора Великобритании и стерлинговые депозиты государственного сектора Великобритании	371.4
М4	МЗ плюс чистые депозиты строительного общества	501.4
М5 Пропрошное название: ликвидность частного сектора	М4 плюс инструменты денежного рынка (например, казначейские вексели) во владении частного сектора Великобритании плюс национальные сбережения	520.2

ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО (Pareto optimality) — теоретическое представление максимального экономического благосостояния общества: состояние экономики, при котором улучшение положения одного или нескольких лиц невозможно без ухудшения положения другого или других.

Существуют три необходимых условия достижения оптимума по Парето.

Рассмотрим упрощённую модель экономики, в которой производятся два блага (X и Y) и существуют два потребителя (A и B).

(а) *оптимальное распределение благ между потребителями* требует соблюдения следующего:

$$\frac{MU_{XA}}{MU_{YA}} = \frac{MU_{XB}}{MU_{YB}},$$

где MU_{XA} — ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ блага X для потребителя A , MU_{YA} — предельная полезность блага Y для потребителя A и т. д. Это условие констатирует, что ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ЗАМЕЩЕНИЯ для двух благ (соотношение их предельных полезностей) должна быть одинаковой для обоих потребителей. Если это не так, потребители могут улучшить своё положение, обменяв один товар на другой. Потребитель, ценящий товар X выше товара Y , может продать некоторое количество последнего тому потребителю, который предпочитает товар Y товару X . Только в том случае, когда соотношение предельных полезностей двух товаров одинаково для обоих потребителей, такая взаимовыгодная торговля будет невозможна.

(б) *оптимальное размещение ресурсов среди сфер производства*, когда два ресурса i и j используются в производстве товаров X и Y . Для оптимального использования ресурсов необходимо, чтобы соотношение ПРЕДЕЛЬНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ i и j , используемых в производстве товара X , было равно соотношению предельных физических продуктов этих же ресурсов в производстве товара Y , т. е.

$$\frac{MP_{iX}}{MP_{jX}} = \frac{MP_{iY}}{MP_{jY}}.$$

Если это равенство не соблюдается, то один ресурс относительно более эффективен в производстве одного из данных продуктов (а другой ресурс, следовательно, относительно менее эффективен в производстве этого же продукта). В результате благосостояние общества увеличится, если большее количество первого ресурса будет направлено в более эффективную сферу использования, а некоторое количество другого ресурса из этой сферы будет изъято. Это позволит обществу расширить производство одного из товаров при неизменном количестве используемых ресурсов. Лишь когда соотношения предельных продуктов равны друг другу, общество не может получить выгоду, изменяя структуру размещения ресурсов среди сфер производства.

(в) *оптимальный объём выпуска* (показанный на рис. 77, где приведена кривая трансформации (ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ), показывающая количества товаров X и Y , которые могут быть произведены при условии полного использования ресурсов общества). Наклон этой кривой представляет ПРЕДЕЛЬНУЮ НОРМУ ТРАНСФОРМАЦИИ, т. е. соотношение ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ товаров X и Y . Оптимальный выпуск для любой пары товаров требует следующего соотношения количеств выпускаемых товаров:

$$\frac{MU_X}{MC_X} = \frac{MU_Y}{MC_Y}.$$

Это означает, что отношение предельных затрат к предельной полезности должно быть одинаково для обоих товаров, так чтобы последний фунт стерлингов, затрачиваемый на выпуск товара X , и последний фунт стерлингов, затрачиваемый на выпуск товара Y , приносили одинаковую полезность. Это условие будет выполнено, если наклон кривой трансформации (соотношение предельных затрат X и Y) равен соотношению предельных полезностей X и Y (предельная норма замещения). Если соотношения будут неравными, то обществу будет выгод-

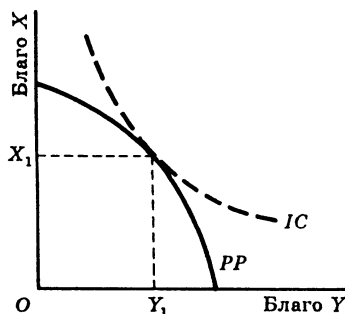


Рис. 77. Оптимальность по Парето. Кривая трансформации, или граница производственных возможностей.

но производить большее количество того блага, которое обеспечивает более высокую предельную полезность на единицу предельных затрат. Оптимальная комбинация благ обозначена на рисунке как пересечение линий OX_1 и OY_1 , где кривая безразличия (IC) касается границы производственных возможностей (PP). Однако необходимо отметить, что оптимальность по Парето определяет оптимальное распределение ресурсов только для *данного* состояния спроса, которое отображает существующее личное распределение дохода. Любые изменения в распределении личного дохода, скажем от богатых к бедным (см. ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА), будут изменять состояние спроса на товары, что приведёт к другому оптимуму Парето.

См. ящик эджуорта, экономика благосостояния.

ОПТИМИЗАЦИЯ (optimizing) — максимизация экономического благосостояния общества по отношению к макроэкономическим целям полной занятости, стабильности цен, экономического роста и равновесия платёжного баланса.

Сущность этого подхода можно проиллюстрировать на примере КРИВОЙ ФИЛЛИПСА — зависимости между безработицей (U) и инфляцией (I). На рис. 78 кривая Филлипса показывает, что при снижении безработицы, инфляция увеличивается, и наоборот.

См. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, ФИКСИРОВАННЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО-ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

ОПТИМУМ (optimum) — наилучший возможный результат при данных условиях. Например, в теории РАВНОВЕСИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ потребитель при данном доходе и уровне цен на блага выбо-

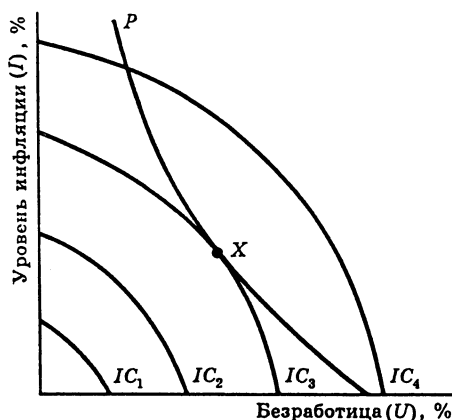


Рис. 78. Оптимизация. Кривая Филлипса обозначена буквой P. Экономическое благосостояние общества представлено семейством кривых безразличия IC_1 , IC_2 , IC_3 , IC_4 , каждая из которых по мере приближения к началу координат 0 обозначает более высокий уровень экономического благосостояния. Точка оптимума находится в начале координат, так как в ней полная занятость и стабильность цен теоретически достигаются одновременно. Однако кривая Филлипса накладывает ограничения на комбинации U и I , которые могут быть достигнуты на практике. При этом ограничении задача правительства сводится к определению той комбинации U и I , которая максимизирует экономическое благосостояние общества. Эта комбинация находится в точке X, где кривая Филлипса касается кривой безразличия IC_3 .

рет свои покупки таким образом, чтобы максимизировать полезность или удовлетворение от расходования своего ограниченного дохода. Подобным же образом в ТЕОРИИ ФИРМЫ предприятие при данных рыночных ценах на производимое им благо выберет такой объем выпуска этого блага, чтобы максимизировать свою прибыль.

См. также МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ, ОПТИМИЗАЦИЯ, ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО.

ОПТОВАЯ ЗАКУПКА (bulk buying) — покупка сырья, компонентов и готовой продукции в больших количествах, что позволяет ПОКУПАТЕЛЮ получать СКИДКИ с ПРЕЙСКУРАНТНЫХ ЦЕН поставщика. Поставщик предлагает скидку с цены в целях поощрения крупных заказов, благодаря чему он может увеличивать объем продаж и более полно использовать ЭКОНОМИЮ

ОТ МАСШТАБА в производстве и сбыте. Во многих случаях, однако, инициатива принадлежит покупателям, когда мощные финансовые группы розничных и оптовых торговцев добиваются для себя льготных цен, «заигрывая» то с одним, то с другим производителем.

См. СЕТЬ МАГАЗИНОВ, ОЛИГОПСОНИЯ, МОНОПСОНИЯ.

ОПТОВЫЙ ТОРГОВЕЦ, или **ОПТОВИК** (wholesaler) — предприятие, закупающее продукты относительно большими количествами у производителей, хранящее их и перепродающее мелкими партиями РОЗНИЧНЫМ ТОРГОВЦАМ. Таким образом, оптовики действуют как посредники между ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ и розничными торговцами продукта в КАНАЛЕ СБЫТА, избавляя производителей от необходимости хранить и сбывать свои товары розничным торговцам, а розничных торговцев — от содержания своих собственных торговых складов.

Оптовики продают товар розничным торговцам по цене выше той, по которой товар был куплен у производителей, или получают с розничных торговцев комиссионные.

Как правило, оптовики обеспечивают своих потребителей кредитными средствами и услугами по доставке товаров, но в последние годы основным принципом системы сбыта как в Великобритании, так и в других странах стал принцип «ЗАПЛАТИЛ И НЕСИ». Более того, с появлением больших СЕТЕЙ МАГАЗИНОВ розничной продажи (супермаркетов, магазинов «сделай сам») функция оптовика, состоящая в хранении и оптовой закупках, всё больше интегрируется с операциями розничной торговли (см. ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ); при этом розничные торговцы имеют определённые преимущества в виде ценовых скидок, связанных с непосредственными ОПТОВЫМИ ЗАКУПКАМИ у производителей.

Независимые оптовые торговцы могут использовать один торговый склад или же сеть торговых складов, которая даёт возможность охватить большее количество регионов и в отдельных случаях даже всю страну.

ОПЦИОН (option) — обусловленное договором право на покупку или продажу СЫРЬЯ (каучука, олова и т. д.), ЦЕННЫХ БУМАГ (акций и т. д.) или ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ по согласованным (предопределённым) ценам в любое время в течение трёх месяцев со дня подписания контракта. Опционы используются покупателями и продавцами товаров, ценных бумаг и иностранной валюты для компенсации неблагоприятных изменений цен на эти блага. Например, производитель шоколада может заключить опцион на покупку стандартной партии какао по согласованной цене, скажем 500 ф. ст. за тонну. Если рыночная цена

на какао в течение трёх месяцев растёт и становится больше чем 500 ф. ст. за тонну, то производитель шоколада найдёт выгодным использовать свой опцион для покупки какао по цене 500 ф. ст. за тонну. Если же рыночная цена опустится ниже 500 ф. ст., производитель шоколада может не использовать свой опцион и купить какао по более низкой рыночной цене. Производитель шоколада платит, скажем, 50 ф. ст. за покупку опциона, чтобы защитить себя от значительного повышения рыночных цен на какао (вид страхования против неблагоприятных колебаний цен). Таким же образом производитель какао может воспользоваться опционом на продажу стандартной партии какао по согласованной цене 500 ф. ст. за тонну. Если цена падает, он воспользуется своим опционом для продажи какао по цене 500 ф. ст. за тонну, но если цены возрастают и становятся выше 500 ф. ст. за тонну, он может продать какао по ставшей более высокой рыночной цене, не реализуя опцион до истечения срока его действия. Производитель какао заплатил бы, скажем, 50 ф. ст. за опцион на продажу, чтобы защитить себя от значительного падения рыночных цен на какао. Посредниками между покупателями и производителями какао являются специалисты-дилеры, которые составляют опционные контракты и устанавливают цены на опционы в зависимости от текущих и ожидаемых цен на какао.

Кроме опционов, которые покупаются и продаются для поддержания нормальных торговых сделок, некоторые опционы продаются и покупаются спекулянтами (см. СПЕКУЛЯЦИЯ) в расчёте на случайные прибыли. Торговля опционами осуществляется на ФЬЮЧЕРСНОМ РЫНКЕ. ЛОНДОНСКАЯ БИРЖА ПРОИЗВОДНЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ является крупнейшим центром Европейского сообщества по торговле опционами.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ «ЖИРОК» (organizational slack) — средства организации, предназначенные для удовлетворения потребностей её подразделений в излишках ресурсов, необходимых им для выполнения задач компании. Организации стремятся увеличивать объём организационного «жирка», когда они действуют в условиях низкоконкурентных, олигополистических рынков (см. ОЛИГОПОЛИЯ) посредством увеличения штатов и т. д. Такой «жирок» служит резервным запасом ресурсов, который компания может использовать при наступлении неблагоприятных условий. Сталкиваясь с ухудшением экономической обстановки, организация может оказать давление на субъединицы для урезания организационного «жирка» с целью сохранения возможностей достижения своих основных целей. Сталкиваясь с растущей рыночной конкуренцией, ор-

ганизация будет действовать как «голодный корабль» всё в большей и большей степени. Организационный «жирок» будет сокращаться всё больше, пока в предельном случае СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ он не станет равным нулю, и МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ станет единственной целью.

Концепция организационного «жирка» является одним из компонентов ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ФИРМЫ и во многих аспектах имеет сходство с концепцией Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТИ.

См. также ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

ОРГАНИЗАЦИЯ (organization) — структура власти внутри Фирмы или государственного органа. Обычно в организации существует несколько уровней управления: на вершине пирамиды находится исполнительный директор, на нижележащих уровнях иерархии — увеличивающееся число старших, средних и младших управляющих, оперативного персонала, продавцов и клерков, формирующих основание пирамиды. Структура организации предполагает передачу приказов сверху вниз с возрастающим их уточнением и наличие обратной информационной связи — снизу вверх.

В традиционной ТЕОРИИ ФИРМЫ такие организационные детали не принимаются во внимание, фирма представлена как единая система принятия решений, которая адекватно отвечает приказам, исходящим от управляющего ею ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ. На практике структура и функционирование больших сложных организаций сами воздействуют на процесс принятия решений и спецификацию целей деятельности этих организаций.

См. ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ, ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕДИНЁННЫХ НАЦИЙ (ООН) (United Nations (UN)) — ассоциация государств, которые обязались твёрдо держаться принципов, изложенных в Уставе ООН. Цели, сформулированные в Уставе, — поддержание международного мира и безопасности, гарантии основных прав человека во всех странах и обеспечение социальной гармонизации и прогресса во всём мире. Устав ООН был создан представителями 50-ти стран и подписан 24 октября 1945 г. Главные структурные подразделения ООН — Генеральная Ассамблея и Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС), Попечительский Совет и Секретариат. Кроме того, существуют вспомогательные отделы и филиалы, работающие в соответствии с Уставом, такие как МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД, ОРГАНИЗАЦИЯ ПО ПРОДОВОЛЬСТВУ И СЕЛЬСКОМУ ХОЗЯЙСТВУ, ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ, МИРОВОЙ БАНК, КОНФЕРЕНЦИЯ ООН ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПО ПРОДОВОЛЬСТВУ И СЕЛЬСКОМУ ХОЗЯЙСТВУ (Food and agricultural organization (FAO)) — международная организация при ООН, созданная в 1945 г. Её главная цель — повышение продуктивности аграрного сектора и, как следствие, улучшение стандартов питания в аграрных странах по всему миру. Данная цель достигается путём всестороннего изучения земледелия, рыболовства и лесного хозяйства и предоставления технической помощи нуждающимся в ней странам. Кроме того, организация постоянно исследует условия ведения сельского хозяйства во всём мире, собирает и публикует данные о потребностях человека в питании, а также статистику земледелия, рыболовства, лесного хозяйства и т. п.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ И ТРАСТОВ (Life assurance and unit trust regulatory organization (LAUTRO)) — орган, ответственный за регулирование деятельности фирм, занимающихся страхованием жизни и доверительным управлением.

См. САМОРЕГУЛИРУЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ.

ОРГАНИЗАЦИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (Investment management regulatory organization (IMRO)) — государственный орган в Великобритании, ведающий управлением программами коллективных инвестиций и пенсионными фондами.

См. САМОРЕГУЛИРУЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ.

ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАН — ЭКСПОРТЁРОВ НЕФТИ (ОПЕК) (Organization of petroleum exporting countries (OPEC)) — организация, основанная в 1960 г. для контроля доходов от продажи нефти пятью странами: Ираном, Ираком, Кувейтом, Саудовской Аравией и Венесуэлой. В 1978 г. в ОПЕК вступили следующие восемь стран: Катар, Индонезия, Ливия, Абу-Даби, Алжир, Нигерия, Эквадор и Габон.

В 1973 г. ОПЕК использовала своё влияние для того, чтобы вырвать инициативу в установлении цен на нефть у американских нефтяных корпораций, и цены на нефть поднялись с 2.5 до 11.5 долларов США за баррель. Это вызвало дефицит платёжного баланса в большинстве стран, закупающих нефть, и привело к продолжительному мировому экономическому кризису. Вследствие этого кризиса доходы от продажи нефти начали падать, на что ОПЕК ответила повышением цен в 1979 г. с 15 до 28 долларов США за баррель.

ОПЕК часто приводится в качестве примера создания успешного КАРТЕЛЯ производителей. В «классическом» картеле рыночное предложение намеренно ограничивается для того, что-

бы поднять цены посредством распределения производственных квот между странами-членами. Интересно, что в ОПЕК из-за политических трудностей формальные квоты не были использованы для уменьшения производства вплоть до настоящего времени. Основная причина успешного повышения цен в прошлом заключалась в том, что спрос на нефть был весьма неэластичным по цене. Однако недавно ОПЕК оказалась под давлением по двум причинам: (а) общий спрос на нефть упал, частично из-за мирового кризиса, частично из-за того, что высокие цены на нефть стимулировали её замещение альтернативными видами энергии (в частности, углём), так что спрос на нефть в настоящее время более эластичен по цене, чем ранее; (б) растущая прибыльность производства нефти привела к высокому уровню инвестиций в новые нефтяные разработки (в частности, в Северном море), и это ослабило контроль ОПЕК над мировым производством нефти. Перечисленные факторы привели к введению ограничивающих производственных квот, которые подняли цены на нефть в начале 1990-х гг.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И РАЗВИТИЯ (ОЭСР) (Organization for economic cooperation and development (OECD)) — международная организация, в которую входят в основном экономически развитые страны. ОЭСР организует регулярные собрания министров финансов и торговли для обсуждения экономических вопросов, затрагивающих их интересы, в частности стимулирование экономического роста и международной торговли, а также координирует предоставление ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ развивающимся странам. ОЭСР является главным источником фактических сведений о международной экономике и регулярно составляет и публикует стандартизированные статистические данные об отдельных странах.

ОРГАНИЧЕСКИЙ РОСТ (ВНУТРЕННИЙ РОСТ) (organic growth (internal growth)) — тип роста предприятия, при котором рост происходит благодаря внутренним ресурсам, а не за счёт слияний и поглощений. Органический рост обычно сопряжён с расширением фирмой её рыночной доли путём разработки новых продуктов и общего опережения конкурентов (см. ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ), а также с развитием рынка (т. е. нахождением новых рынков сбыта для уже существующих продуктов). Органический рост может также вовлечь фирму в вертикальное расширение сферы источников снабжения ресурсами и рынков сбыта (см. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ), так же как и ДИВЕРСИФИКАЦИЯ в области новых продуктов.

Преимущества органического роста включают способность капитализировать существующий научно-технический потенциал фирмы, использовать скрытые возможности производства и более тщательно сочетать доступные ресурсы для расширения фирмы. Внутренний рост может стать единственной возможностью там, где невозможно осуществить поглощения или когда продукт находится на ранней стадии жизненного цикла продукта. Недостаток органического роста состоит в том, что, слишком полагаясь на свои внутренние ресурсы, фирма может потерпеть неудачу в разработке приемлемых продуктов, необходимой для сохранения позиций на рынке. Это имеет место в случаях, когда существующий научно-технический потенциал слишком ограничен, чтобы поддерживать широкую программу роста.

По этой причине фирмы часто полагаются на комбинацию внутреннего и внешнего типов роста.

См. ВНЕШНИЙ РОСТ, СТРАТЕГИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ, МАТРИЦА ПРОДУКТ-РЫНОК, РАЗРАБОТКА НОВОГО ПРОДУКТА.

ОРДИНАЛИСТСКАЯ (ПОРЯДКОВАЯ) ПОЛЕЗНОСТЬ (ordinal utility) — (субъективная) ПОЛЕЗНОСТЬ, или удовлетворение, которую потребитель извлекает из потребляемого им блага, измеренная по *порядковой* шкале. В концепции ординалистской полезности признаётся, что *количество* полезности, полученной от потребляемого блага, не может быть измерено численно, как это подразумевается критериями кардиналистской (количественной) полезности. Вместо этого ординалистские критерии предполагают упорядочение потребителем своих предпочтений в отношении благ. Потребитель классифицирует выбор благ по степени удовлетворения: 1-й выбор — наибольшее удовлетворение, 2-й выбор — меньшая степень удовлетворения, 3-й выбор — ещё меньшая степень удовлетворения и т. д. Такая ординалистская классификация даёт ясное представление о предпочтениях потребителей относительно благ, но не даёт чёткого представления о различиях удовлетворения между 1-м и 2-м выборами, 2-м и 3-м выборами и т. д.

Критерии ординалистской (порядковой) полезности позволяют изобразить предпочтения потребителя в отношении двух благ в виде **КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ**, каждая из которых представляет различные комбинации двух благ, приносящие ему одинаковое удовлетворение. Действуя рационально (см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК), потребитель будет всегда стремиться находиться на максимально возможной кривой безразличия, хотя увеличение получаемого удовлетворения при движении от низ-

кой к более высокой кривой безразличия не может быть определено количественно. Тем не менее КАРТА БЕЗРАЗЛИЧИЯ может быть использована для построения КРИВЫХ СПРОСА.

ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ (fixed assets) — АКТИВЫ (такие, как здания и оборудование), которые фирма приобретает с целью долгосрочного использования, а не дальнейшей перепродажи. Основной капитал используется предприятием в течение длительного времени, причём каждый год, как правило, списывается часть его первоначальной стоимости (см. АМОРТИЗАЦИЯ, ПРИБЫЛЬ), чтобы отразить снижение ценности актива. В БАЛАНСЕ основной капитал обычно указывается по стоимости покупки за вычетом амортизации к данному моменту. Некоторые виды основного капитала, такие как недвижимость, как правило, растут в цене (см. ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ АКТИВОВ) и должны периодически переоцениваться, чтобы их балансовая стоимость соответствовала рыночной.

См. ТЕКУЩИЕ АКТИВЫ, РЕЗЕРВЫ.

ОСНОВНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ (direct labour) — та часть рабочей силы фирмы, которая непосредственно участвует в производстве товаров или в предоставлении услуг.

См. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ РАБОТНИКИ.

ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (direct materials) — исходные материалы, входящие в состав изготавливаемого продукта. Ср. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.

См. ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ.

ОСОБОЕ УСЛОВИЕ (covenant) — условие, содержащееся в юридическом соглашении или КОНТРАКТЕ. Например, официальное соглашение между КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ и АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ, которой этот банк ссужает деньги, может содержать особое условие, оговаривающее, какая часть прибыли должна распределяться на дивиденды.

ОСТАТКИ НА СЧЕТАХ БАНКА АНГЛИИ (balances with the Bank of England) — денежные вклады КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ в Банке Англии. Банк Англии действует как «банк банкиров», и коммерческие банки улаживают взаимную задолженность, обмениваясь правами собственности на банковские остатки. Эти остатки включаются в КОЭФФИЦИЕНТ НАЛИЧНЫХ СРЕДСТВ и в НОРМУ (КОЭФФИЦИЕНТ) РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ коммерческих банков. Время от времени требуется, чтобы банки помимо остатков, используемых для осуществления взаимозачётов, держали часть своих средств в виде СПЕЦИАЛЬНЫХ ДЕПОЗИТОВ в Банке Англии, что приводит к сокращению их резервных активов.

ОСТАТОЧНАЯ БЕЗРАБОТИЦА (residual unemployment) — БЕЗРАБОТИЦА отдельных членов общества, которые не могут найти экономически оправданного места работы даже в условиях полной занятости. Затраты, связанные с наймом человека, обладающего, например, какими-либо физическими или умственными недостатками, могут значительно превосходить получаемый от этого продукт. Остаточная безработица может быть сокращена за счёт правительственных субсидий, направленных на покрытие затрат фирм на наём рабочей силы, но полностью устранить её невозможно.

ОТДАЧА НА ВЛОЖЕННЫЙ КАПИТАЛ (return of capital employed) — бухгалтерский показатель ПРИБЫЛЬНОСТИ фирмы, который выражает ПРИБЫЛЬ фирмы за определённый период времени в процентном отношении к размеру использованного капитала на конец этого периода. Прибыль берётся обычно до уплаты налогов и относится к долгосрочно используемому капиталу, хотя возможны и более широкие сравнения, которые соотносят прибыль до уплаты налогов и процентов со всеми использованными АКТИВАМИ, а также более узкие сравнения, которые соотносят прибыль после уплаты налогов с акционерным капиталом.

В рамках политики в отношении КОНКУРЕНЦИИ показатель отдачи на вложенный капитал используется для определения того, получает ли фирма НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ или СВЕРХПРИБЫЛЬ.

См. АЛЛОКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ОБЩЕСТВЕННЫЕ ИНТЕРЕСЫ.

ОТДАЧА ОТ МАСШТАБА (returns to scale) — связь между объёмом ВЫПУСКА продукта и количеством ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, использованных для его производства в ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ. Если, например, увеличение вдвое количества всех факторов производства приводит к такому же увеличению выпуска, наблюдается постоянная отдача от масштаба. Если увеличение вдвое факторов производства приводит к более чем пропорциональному увеличению выпуска, наблюдается ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА. И наоборот, ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА существуют там, где увеличение вдвое факторов производства приводит к менее чем пропорциональному увеличению выпуска.

ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА (returns to the variable factor input) — в теории предложения КОРОТКОГО ПЕРИОДА относительное изменение ВЫПУСКА в результате изменения используемого количества ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА на заводе заданного (постоянного) размера. В коротком периоде некоторые ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА являются переменными,

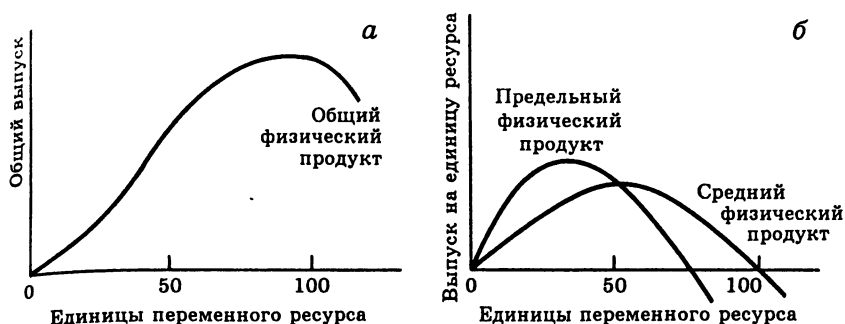


Рис. 79. Отдача переменного фактора производства. а. Общий физический продукт. б. Предельный и средний физический продукт.

а остальные — постоянными. Отдельная фирма может изменять свой выпуск, только сочетая большее или меньшее количество переменных факторов с постоянными факторами (т. е. изменяя пропорции, в которых используются факторы в производстве). По мере того как всё большее количество переменного фактора используется в сочетании с заданным количеством постоянного фактора:

(а) первоначально, как показано на рис. 79а, наблюдается *возрастающая отдача* переменного фактора: выпуск растёт более чем пропорционально увеличению переменного фактора, так что **КРИВАЯ ОБЩЕГО ФИЗИЧЕСКОГО ПРОДУКТА** идёт вверх и **ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ** и **СРЕДНИЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ** также увеличиваются;

(б) затем наблюдается **ПОСТОЯННАЯ ОТДАЧА**, так как увеличение выпуска происходит пропорционально увеличению переменного фактора (**предельный физический продукт** и **средний физический продукт** постоянны);

(в) затем наблюдается **УБЫВАЮЩАЯ ОТДАЧА** переменного фактора (см. рис. 79б), при которой увеличение выпуска менее чем пропорционально увеличению переменного фактора (кривая общего физического продукта теряет наклон, а **предельный физический продукт** и **средний физический продукт** уменьшаются);

(г) в конечном счёте может наблюдаться *отрицательная отдача*, при которой увеличение переменного фактора приводит к падению общего выпуска (кривая общего физического продукта отклоняется вниз, а **предельный физический продукт** становится отрицательным).

См. КАРТА ИЗОКВАНТ.

ОТДЕЛ ЭКСПОРТНЫХ КРЕДИТНЫХ ГАРАНТИЙ (Export credit guarantee department (ECGD)) — ведомство британского правительства, которое занимается страхованием британских экспортёров от риска неплатежей со стороны зарубежных клиентов, для того, чтобы стимулировать экспорт.

ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ (divorce of ownership from control) — положение, когда фирма принадлежит АКЦИОНЕРАМ, но контролируется не ими, а управляющими фирмы (советом директоров, назначаемым акционерами на своём годовом собрании с целью ведения дела в их интересах). Поскольку каждый акционер в среднем владеет небольшим пакетом акций и далёк от повседневных проблем фирмы, принятие решений остаётся за руководством фирмы. Осознание перехода власти в фирме к её управляющим привело к возникновению новых направлений теории фирмы, в которых управленческие цели заменили традиционную гипотезу о МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ.

См. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ.

ОТКАЗ В ПОСТАВКЕ (refusal to supply) — вид ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПРАКТИКИ, при котором продавец намеренно отказывает в поставке своей продукции заказчикам с целью обеспечения ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ, соглашений о СВЯЗАННЫХ ПРОДАЖАХ, ПОДДЕРЖАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН.

См. КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА.

ОТКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА (open economy) — экономика, в большой степени зависящая от МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ, ЭКСПОРТА и ИМПОРТА, составляющих значительную долю НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА этой экономики. Анализ МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА для такой экономики должен учитывать влияние экспорта и импорта. Ср. ЗАКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА.

ОТНОСИТЕЛЬНАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА (relativities) — результат сравнения между уровнями ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ или ЖАЛОВАНИЯ рабочих в одной фирме, в одной отрасли или между отраслями. Различия в доходах отражают разницу необходимого уровня обучения, уровня квалификации и ответственности.

См. также ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ.

ОТНОСИТЕЛЬНАЯ ЦЕНА (relative price) — см. КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ, ИЗОКВАНТА.

ОТРАСЛЕВАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ (industrial classification) — группировка схожих видов экономической деятельности в ОТРАСЛЯХ или на РЫНКАХ. Такая классификация начинается с определённого широкого спектра родственных видов деятель-

ности (например, «производственный сектор»). Затем каждая группа подразделяется на постепенно сужающиеся группы таким образом, что классификация может использоваться с различной степенью укрупнения для разных целей. В Великобритании *Стандартная отраслевая классификация* классифицирует и измеряет группы экономической деятельности на различных уровнях агрегации и разукрупнения. Стандартная отраслевая классификация содержит 10 крупных разделов (например, Металлоизделия/Машиностроение); 60 классов (например, Металлургия); 222 группы (например, Цветные металлы); 334 вида деятельности (например, Медь).

Виды деятельности (или «отрасли», см. ОТРАСЛЬ) выделяются на основе характеристик *предложения* в них, в частности использования общих материалов, полуфабрикатов и процессов производства. Такая классификация служит полезным источником информации о структуре отраслей и статистических данных, касающихся уровня занятости, производства и инвестиций в промышленном секторе. Однако в целях анализа рынка данные Стандартной отраслевой классификации обычно необходимо интерпретировать по-другому для обеспечения такой классификации рынков, которая основана на группах товаров, воспринимаемых *покупателями* как близкие заменители. Например, стеклянные и металлические банки, согласно Стандартной отраслевой классификации, относятся к различным отраслям (Раздел 2 — «Стеклянные сосуды» и Раздел 3 — «Металлические предметы для упаковки»), но будут рассматриваться потребителем упаковочных материалов, например производителем кофе, как взаимозаменяемые товары.

Отраслевая классификация используется в целях макроэкономического планирования и при проведении ПОЛИТИКИ в ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, а также для получения статистической информации об уровнях производства и занятости.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА.

ОТРАСЛЬ (industry) — группа родственных видов экономической деятельности, классифицированная согласно номенклатуре товаров и услуг, которые она производит. Например, пивоваренная промышленность может быть определена как совокупность фирм, производящих горькое и бархатное пиво, светлое пиво, темное пиво и сидр. Однако производство пива можно рассматривать также как составную часть более обширной отрасли — «производства алкогольных напитков», которая включает в себя производство спиртных напитков и вин, а также

пива. Таким образом, существует проблема конкретизации, состоящая в том, насколько широко или узко определяется отдельная отрасль. Более того, ОТРАСЛЕВАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ обычно группирует товары на основе характеристик их предложения, например использования общих материалов, полуфабрикатов и производственных процессов. Это может совпадать или не совпадать с тем, как товары группируются для определения РЫНКОВ их сбыта, — при такой классификации требуется учитывать, как эти товары рассматриваются покупателями (т. е. необходимо учитывать характеристики *спроса* на эти товары). Так, хотя мужская и женская обувь производится с использованием одинаковых материалов и производственных процессов и зачастую одними и теми же фирмами, они не воспринимаются покупателями как заменители, и, следовательно, с точки зрения покупателей, они должны быть определены как предметы сделок на разных рынках.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА, СТРУКТУРА РЫНКА.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ (negative income tax) — налоговая система (см. НАЛОГ), имеющая целью объединение НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и ПОСОБИЙ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ для помощи низкодоходным или не имеющим доходов членам общества: две отдельные системы — ПРОГРЕССИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и пособий по социальному обеспечению — заменяются одной путём установления минимального уровня дохода, облагая налогом тех, кто превышает этот уровень, и предоставляя *налоговые льготы* тем, кто находится ниже этого уровня.

Сторонники системы отрицательного подоходного налога указывают на её преимущества в устранении ЛОВУШКИ БЕДНОСТИ и в повышении гибкости рынков труда.

ОТСТАЛЫЙ РАЙОН (depressed area) — регион страны, характеризующийся гораздо более высокой нормой БЕЗРАБОТИЦЫ и более низким уровнем ДОХОДА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ, чем в среднем по стране.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

ОТТОК КАПИТАЛА (capital outflow) — движение отечественного капитала за границу, отражающее покупку иностранных ЦЕННЫХ БУМАГ и ФИЗИЧЕСКИХ АКТИВОВ резидентами данной страны, а также ЗАИМСТВОВАНИЕ отечественных финансовых средств иностранцами.

См. ПРИТОК КАПИТАЛА, ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС, ЗАГРАНИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, «ГОРЯЧИЕ ДЕНЬГИ».

ОТТОРЖЕНИЕ (divestment) — закрытие или продажа фирмой одной (или более) из своих операционных единиц (например, завода) или целого подразделения. В первом случае отторжение направлено обычно на рационализацию производства и/или концентрацию производства на более современном заводе. Напротив, отторжение целого подразделения указывает на более важное стратегическое решение, принятое фирмой. Отторжение в этом случае может отражать ряд соображений: желание избавиться от неприбыльного, убыточного вида деятельности, отторжение «периферийного» бизнеса с целью высвобождения денежных и управленческих ресурсов, которые с точки зрения альтернативных издержек могли бы быть более эффективно использованы в других направлениях деятельности фирмы; отторжение может отражать значительный сдвиг в стратегии фирмы, например возвращение к «основному» бизнесу. Наконец, отторжение может потребоваться, дабы избежать противодействия со стороны органов, осуществляющих ПОЛИТИКУ В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, особенно в случаях слияний и поглощений.

Отторжение, осуществляемое одной фирмой, в свою очередь, создаёт возможность ДИВЕРСИФИКАЦИИ для какой-то другой фирмы в новые сферы бизнеса или возможность для бывших конкурентов увеличить свою долю на рынке.

См. РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, БОСТОНСКАЯ МАТРИЦА, РАЗДЕЛЕНИЕ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ВЫКУП.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ СПИСОК (official list) — список цен на АКЦИИ, ежедневно публикуемый ФОНДОВОЙ БИРЖЕЙ Великобритании. Котируемые цены — цены, устанавливаемые к окончанию торгового дня (торгов) и основанные на среднем значении между ценой покупки и ценой продажи.

См. ЦЕНА ПОКУПАТЕЛЯ.

ОЦЕНИВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ (investment appraisal) — определение приемлемости инвестиционных предложений (см. ИНВЕСТИЦИИ), связанных с возмещением стоимости изношенных машин и оборудования, созданием нового предприятия, поглощением другой компании, разработкой нового изделия, кампанией по продвижению товаров на рынок, строительством новой дороги или больницы и т. д.

Для частного сектора желательность инвестиций будет зависеть в основном от ПРИБЫЛИ, которую они могут принести, и управляющие отдают предпочтение тем инвестициям, которые обещают наибольшую прибыль. В то же время управляющие могут оценить ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК, связанный с проектом, и отдать приоритет тем проектам, которые обещают большую валовую

вую прибыль в виде будущего денежного потока. Для проверки инвестиционных возможностей с точки зрения денежного потока существует несколько методов, включая метод ПЕРИОДА ОКУПАЕМОСТИ и МЕТОД ДИСКОНТИРОВАННОГО ДЕНЕЖНОГО ПОТОКА. Инвестиционные проекты государственного сектора также могут быть оценены с точки зрения денежного потока, хотя для таких проектов должны быть приняты во внимание различные ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, например связанные с ЗАГРЯЗНЕНИЕМ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, а также все частные затраты, порождаемые проектом (см. АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ—ВЫГОДЫ»).

Принимая решения об инвестициях, управляющие будут осуществлять те инвестиционные проекты, ожидаемая прибыльность которых превышает СТОИМОСТЬ КАПИТАЛА, необходимого для их финансирования. Это требует оценки денежных оттоков и притоков, связанных с инвестициями, с учетом разновременности доходов и расходов — путем определения их СЕГОДНЯШНЕЙ ЦЕННОСТИ с использованием соответствующей УЧЕТНОЙ СТАВКИ.

Все инвестиционные проекты связаны с будущими затратами (денежными оттоками) и будущими доходами (денежными притоками), и поэтому неизбежно существует некоторая неопределённость относительно того, окупятся ли денежные затраты так, как это было рассчитано при оценивании проекта (см. РИСК и НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ).

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ (environmental impact assessment) — определение воздействия на окружающую среду инвестиционного проекта (см. ИНВЕСТИЦИИ), например строительства новой дороги или обводного канала. Она необходима для того, чтобы выяснить степень ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ и разрушения природной среды обитания. Органы государственной власти в Европейском сообществе в настоящее время требуют, чтобы производилась оценка воздействия на окружающую среду государственных инвестиционных проектов.

См. АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ—ВЫГОДЫ».

ОЦЕНКА ЗАПАСОВ (stock valuation) — осуществление приемлемой оценки денежной стоимости ЗАПАСОВ СЫРЬЯ, незавершённого производства и конечных продуктов фирмы. Если ИНФЛЯЦИЯ приводит к тому, что цены нескольких различных партий продуктов, купленных в течение определённого торгового периода, отличаются друг от друга, фирма сталкивается со следующей проблемой: какую денежную стоимость проданных единиц следует занести в СЧЁТ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ (поскольку

«способ занесения» влияет на издержки производства проданных товаров и, следовательно, на ВАЛОВУЮ ПРИБЫЛЬ)? Это решение одновременно влияет и на стоимость, присваиваемую запасам в БАЛАНСЕ.

Для этих целей могут быть использованы различные формулы. Например, метод «*первым поступил — первым убыл*» (*first-in-first-out, FIFO*) предполагает, что товары выбывают из запаса в том же порядке, в котором они получены, так что издержки производства проданных товаров рассчитываются по стоимости самых старых товаров на складе, а стоимость запаса базируется на самых последних продажных ценах. В противоположность этому, метод «*последним поступил — первым убыл*» (*last-in-first-out, LIFO*) предполагает, что купленные в последнюю очередь товары выбывают из запаса (теоретически) первыми, так что издержки производства проданных товаров рассчитываются по стоимости последних закупок, а стоимость запаса базируется на ценах товаров, являющихся самыми старыми из имеющихся на складе.

См. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ в УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ.

II

ПАЕВОЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОНД (unit trust) — финансовый институт, специализирующийся на инвестициях в ЦЕННЫЕ БУМАГИ в интересах держателей их пая. Некоторые паевые инвестиционные фонды предлагают один (единственный) фонд, но обычно они эмитируют несколько фондов (т. е. ценных бумаг), удовлетворяя различные инвестиционные потребности (например, высокий доход, рост капитала). Паявые инвестиционные фонды объединяют деньги большого количества инвесторов, которые используются для покупки самых разнообразных ценных бумаг, в основном акций британских и иностранных частных компаний и государственных ценных бумаг с фиксированными процентами. Все это идеально подходит для мелких инвесторов, которые получают возможность достичь более широкой диверсификации своих вложений, чем они могли бы обеспечить сами посредством прямых инвестиций в ограниченное количество ценных бумаг, или требуют профессионального управления своими инвестициями.

Паявые инвестиционные фонды выпускают паи (как доли от своего капитала) для покупателей и перекупают эти паи у продавцов на основе соотношения между (более высокой) ценой покупателя и (более низкой) ценой продавца («bid» price and «offer» price). За необходимым первоначальным взносом покупателя вносят ежегодно меньшие паи. Ценность индивидуального пая в фонде определяется посредством деления общей курсовой стоимости всех ценных бумаг фонда и наличных денег на число паев. Она подсчитывается ежедневно.

Интересы паевых инвестиционных фондов в Великобритании представляет Ассоциация паевых инвестиционных фондов, а инвестиции и управление финансовыми средствами паевых инвестиционных фондов регулируются ОРГАНИЗАЦИЕЙ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ и ОРГАНИЗАЦИЕЙ ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ И СТРАХОВАНИЮ ЖИЗНИ И ТРАСТОВ в соот-

ветствии с различными стандартами, установленными ЗАКОНОМ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ в 1986 г.

См. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ, ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

ПАРАДИГМА «СТРУКТУРА РЫНКА—ПОВЕДЕНИЕ—РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ» (market structure—conduct—performance schema) — аналитическое построение, призванное объяснить функционирование рыночных процессов. РЫНКИ в конечном счёте рассматриваются с точки зрения их экономической действенности, т. е. вклада в достижение максимальной экономической эффективности. ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА (см. схему) в своей основе определяется взаимодействием СТРУКТУРЫ РЫНКА и РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ. Парадигма представляет собой попытку определения тех структурных и поведенческих параметров, которые оказывают стратегическое влияние на ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА. Эти зависимости формализованы в ТЕОРИИ РЫНКОВ.



Парадигма «структура рынка—поведение—результативность» отражает взаимозависимость структуры, поведения и действенности, а также степень, с которой каждый из этих элементов способен влиять на остальные. Структура может влиять на поведение и действенность; например, монополистическая

структура рынка (см. монополия) зачастую приводит к эксплуататорскому характеру рыночного поведения и действенности рынка, что выражается в чрезмерно высоких ценах и малом объёме выпуска. С другой стороны, поведение может повлиять на структуру и действенность; например, фирмы в стремлении увеличить свои доли путём слияний и поглощений могут поднимать уровень КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ, и это отразится на действенности рынка. Наконец, действенность может повлиять на структуру и поведение; например, если закрепившиеся на рынке фирмы получают СВЕРХПРИБЫЛИ, это может побудить другие фирмы к проникновению на данный рынок, благодаря чему уменьшится концентрация на рынке и устранятся излишки прибыли. Поскольку эти зависимости не образуют последовательности и взаимно обусловлены друг другом, правомернее рассматривать их совместно.

Парадигма полезна лицам, ответственным за проведение государственной политики (см. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА) при разработке мер, направленных на повышение действенности рынка.

Подобные меры могут воздействовать на структуру рынка, например, при запрещении слияний, которые увеличивают рыночную концентрацию, или при поощрении слияний в отраслях с избыточными мощностями. С другой стороны, эти меры могут касаться рыночного поведения, в частности те из них, которые имеют целью ликвидацию сверхприбылей путём запрещения фиксирующих цены соглашений между фирмами. Вдобавок к этому, государственные органы могут воздействовать непосредственно на действенность рынка, регулируя цены производителей-монополистов.

♦ПАРАДНЫЙ ВХОД♦ (front door) — формальный механизм, посредством которого Банк Англии предоставляет займы УЧЁТНЫМ ДОМАМ, когда те испытывают временную нехватку ликвидности. Выступая, таким образом, в качестве КРЕДИТОРА ПОСЛЕДНЕЙ ИНСТАНЦИИ, Банк Англии назначает штрафную процентную ставку на выдаваемые займы (так называемая ВЕКСЕЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА). В отличие от операций с «ЧЕРНОГО ХОДА», когда Банк Англии обеспечивает учётные дома средствами по преобладающим на рынке процентным ставкам, операции с «парадного входа» сознательно направлены на повышение процентных ставок во всем банковском секторе.

См. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА.

ПАРАДОКС БЕРЕЖЛИВОСТИ (paradox of thrift) — утверждение, согласно которому существует несовместимость между яв-

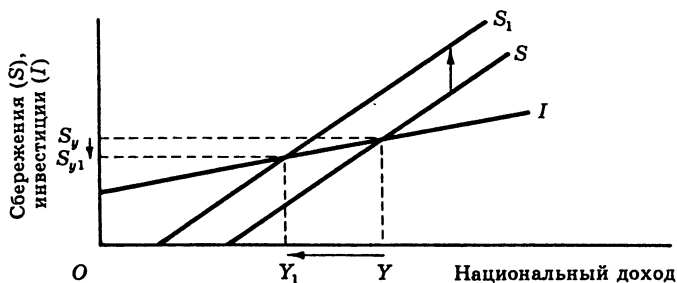


Рис. 80. Парадокс бережливости. График сбережений возрастает от S до S_1 , но это приводит к уменьшению равновесного уровня национального дохода с Y до Y_1 и фактического уровня сбережений с S_y до S_{y1} .

но благоприятной природой СБЕРЕЖЕНИЙ и возможными нежелательными последствиями таких сбережений. Если большинство домашних хозяйств решат сберечь большую часть своих доходов, то их потребление уменьшится, что приведёт к уменьшению расходов, к снижению уровня СОВОКУПНОГО СПРОСА и, таким образом, приведёт к снижению уровня выпуска и занятости. Следовательно, увеличение сбережений будет уменьшать уровень национального дохода.

Бережливость, сбережения полезны для экономики, так как они высвобождают ресурсы от производства потребительских товаров и делают их доступными для инвестиций. Однако если домашние хозяйства пытаются сберечь больше, чем предприятия планируют инвестировать при данном уровне национального дохода (т. е. в МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА «изъятия» превышают «вливания»), то это приведёт к уменьшению РАВНОВЕСНОГО УРОВНЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, что в свою очередь вызовет снижение уровней сбережений и инвестиций. См. рис. 80.

ПАРАДОКС ЦЕННОСТИ (paradox of value) — утверждение, согласно которому ценность (ЦЕНА) товара определяется его относительной редкостью, а не полезностью. Вода чрезвычайно необходима, и её ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ очень высока, но из-за того, что она, как правило, легкодоступна и находится в изобилии, её ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (и поэтому цена) низка. Бриллианты же, напротив, значительно менее полезны, чем вода, но их большая редкость делает их предельную полезность (и поэтому цену) высокой.

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ЗАЁМ — см. ВЗАИМНЫЙ ЗАЁМ.

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ (parallel importing) — форма АРБИТРАЖА, посредством которой независимый импортёр покупает определённый продукт у производителя в одной стране и перепродаёт его в условиях прямой конкуренции с оптовыми представителями этого производителя на другом национальном рынке, где цены выше.

Параллельный импорт помогает развивать СВОБОДНУЮ ТОРГОВЛЮ и конкуренцию посредством устранения барьеров МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ и разрушает ЦЕНОВУЮ ДИСКРИМИНАЦИЮ различных рынков сбыта, осуществляемую производителями.

См. ИМПОРТ.

ПАРЕТО, ВИЛЬФРЕДО (1848–1923) (Pareto, Vilfredo) — итальянский экономист, который использовал математические методы анализа равновесия механических систем для построения общей теории экономического равновесия. Свои взгляды он выразил в книге «Manuale di Economica Politica» («Учебник по политической экономии», — *прим. перев.*) (1906). Парето признавал, что полезность трудно измерить, и показал, что чистая ординалистская концепция полезности (см. ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ) была бы достаточна для создания теории выбора. Для этого Парето применил КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ, чтобы продемонстрировать, как шкала предпочтений отдельного человека может быть представлена картой безразличия. Парето также известен своими идеями о распределении дохода.

См. ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО.

ПАРИТЕТ ВАЛЮТЫ (par value) — фиксированная цена валюты относительно других валют при СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННЫХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ.

ПАССИВ (liabilities) — одна из двух сторон бухгалтерского БАЛАНСА, характеризующая источники формирования капитала фирмы — её собственные средства и ОБЯЗАТЕЛЬСТВА. Ср. АКТИВ.

ПАТЕНТ (patent) — официальное предоставление правительством временных прав контроля и МОНОПОЛИИ на новые продукты, производственные процессы и технику их ИЗОБРЕТАТЕЛЯМ. Патентная защита рассматривается как важное средство поощрения ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОГРЕССИВНОСТИ посредством предоставления изобретателям и рационализаторам возможности компенсировать расходы на разработку и получать вознаграждение за риск. Чтобы минимизировать опасность монопольной эксплуатации, патенты выдаются только на ограниченный период времени. В Великобритании, согласно АКТУ 1988 г. ОБ АВТОРСКИХ ПРАВАХ, ПРАВАХ НА ИЗОБРЕТЕНИЕ И ПАТЕН-

ТАХ, ПАТЕНТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ может выдать патент максимум на 20 лет.

См. ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ, РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ.

ПАТЕНТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ (Patent office) — государственный департамент в Великобритании, занимающийся вопросами, связанными с ПАТЕНТАМИ, ТОРГОВЫМИ МАРКАМИ и другими ПРАВАМИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ. Патентное управление является единственным органом, предоставляющим патентные права на ИЗОБРЕТЕНИЯ новых продуктов и производственных процессов, а также регистрирующим промышленные образцы и торговые марки.

ПАУТИНООБРАЗНАЯ МОДЕЛЬ (cobweb theorem) — теоретическое построение, объясняющее траекторию движения к состоянию равновесия при запаздывании реакции ПРЕДЛОЖЕНИЯ или СПРОСА на изменения цен. АНАЛИЗ РАВНОВЕСИЯ в СРАВНИТЕЛЬНОЙ СТАТИКЕ предсказывает последствия изменений спроса или предложения путём сравнения цены и объёма продукции при исходном равновесии с ценой и объёмом продукции при новом равновесии, которое возникает в результате этих изменений. Паутинообразная модель описывает динамический процесс приспособления на рынках, отслеживая всю траекторию корректировки цен и объёма выпуска при движении от одного состояния равновесия к другому (см. ДИНАМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ).

Паутинообразная модель обычно используется для описания колебаний цен на рынках сельскохозяйственной продукции, где большой временной интервал, например между севом и сбором урожая, обуславливает запаздывание реакции предложения на изменение цены. На рис. 81 представлен простейший случай, когда текущий спрос зависит от текущей цены, а текущее предложение зависит от цены предыдущего периода. На этом рисунке D_t обозначает спрос в текущем периоде, S_t — предложение в текущем периоде, P_t — текущую цену, P_{t-1} — цену предыдущего периода. Если спрос упадёт настолько, что кривая спроса сместится влево от D_t к D_t^1 , то анализ сравнительной статики подразумевает, что рынок в конечном счёте будет двигаться от равновесной точки E (при цене OP_1 и количестве OQ_1) к равновесной точке E^1 (при цене OP_4 и количестве OQ_4). Динамический же анализ показывает, что траектория изменения будет более сложной.

При цене OP_1 , которая имела место в периодах $t = 1$ и $t = 2$, фермеры будут планировать производство продукции в объёме OQ_1 . Однако после сжатия спроса в период $t = 2$ предложение

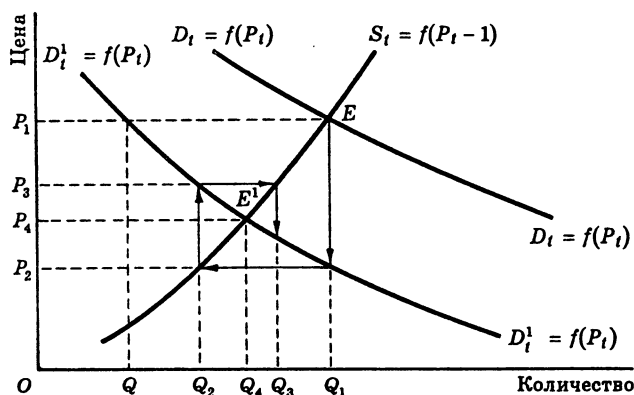


Рис. 81. Паутинообразная модель.

будет превышать его на QQ_1 , и весь объем продукции OQ_1 , поступивший на рынок, будет продан, только если цена упадет до OP_2 . Более низкая цена OP_2 , установившаяся в период $t = 2$, будет подталкивать фермеров к сокращению производства, и они будут уменьшать площадь земли, отводимую под эту культуру, так что в следующем периоде $t = 3$ предлагается меньшее количество продукции — OQ_2 .

В период $t = 3$ и при цене OP_2 спрос превышает предложение на величину Q_1Q_2 , и объем продукции OQ_2 достанется всем желающим, только если цена вырастет до OP_3 . Эта более высокая цена в периоде $t = 3$ будет стимулировать фермеров к увеличению засеваемой площади, так что в следующем периоде $t = 4$ будет предложен больший объем продукции OQ_2 , а это означает, что в периоде $t = 4$ предложение превысит спрос и цена упадет ниже OP_3 , что вызовет уменьшение засеваемой площади в следующем периоде, и т. д. Окончательный результат этого процесса приспособления заключается в том, что новое равновесие достигается в точке E^1 , но лишь после серии колебаний цены в промежуточные периоды.

См. АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА.

ПЕНСИОННЫЙ ФОНД (pension fund) — финансовый институт, специализирующийся на управлении личными и корпоративными программами пенсионного обеспечения (см. ПЕНСИЯ). Пенсионные фонды регулярно собирают взносы с частных лиц, а также с наемных работников и работодателей (при реализации программ пенсионного обеспечения по месту работы) и выплачивают деньги вкладчикам, вышедшим на пенсию.

Пенсионные фонды используют получаемые деньги не только для текущих выплат пенсионерам, но и для получения дополнительного дохода посредством инвестирования средств в ЦЕННЫЕ БУМАГИ, в основном отечественные и зарубежные государственные облигации с фиксированными процентами, акции корпораций и закладные облигации (см. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИР). Этот портфель ценных бумаг служит для поддержания оптимального соотношения между необходимым объёмом ликвидных средств и долгосрочными инвестиционными доходами.

Инвестирование и управление средствами пенсионных фондов контролируется ОРГАНИЗАЦИЕЙ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ в соответствии с различными стандартами, установленными ЗАКОНОМ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ 1986 г.

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

ПЕНСИЯ (pension) — платёж частным лицам, оставившим оплачиваемую работу или достигшим установленного государством пенсионного возраста, в форме регулярных еженедельных или ежемесячных выплат или в виде единовременной крупной суммы. Существует три основных типа пенсионного обеспечения: (а) государственные пенсии, выплачиваемые государством при условии, что наёмный работник вносил в течение всей трудовой жизни ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ, что дало ему право на денежную сумму, обеспечивающую некоторый минимальный уровень жизни; (б) пенсии по месту работы, выплачиваемые работодателем, представляющим частный сектор, если и рабочий, и работодатели делали регулярные взносы в ПЕНСИОННЫЙ ФОНД или СТРАХОВУЮ КОМПАНИЮ, после чего пенсионер получает денежную сумму, соответствующую количеству взносов; (в) персональные пенсионные планы (ППП), предоставляемые страховыми компаниями, пенсионными фондами и другими финансовыми институтами, которые предлагают «сделанные на заказ» пенсионные соглашения для частных лиц применительно к их обстоятельствам. С тех пор, как ППП более не привязаны к определённому работодателю, проблема переноса пенсионных прав при перемене места работы значительно упростилась.

ПЕРВИЧНЫЙ СЕКТОР (primary sector) — часть экономики, связанная с добычей сырья, растениеводством и животноводством. Первичный сектор в совокупности с ПРОМЫШЛЕННЫМ СЕКТОРОМ и СФЕРОЙ УСЛУГ формирует последовательную цепочку экономической деятельности, которая образует современную экономику.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ — см. ИСТОРИЧЕСКАЯ СТОИМОСТЬ.

ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ ДОХОД (original income) — ДОХОД, полученный домашним хозяйством (частным лицом) до выплаты им ПОДОХОДНОГО НАЛОГА и других налогов, а также получения различных ТРАНСФЕРТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ (пособий по социальному обеспечению и т. д.). Ср. КОНЕЧНЫЙ ДОХОД.

См. ЛИЧНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА, ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ.

ПЕРЕВОДНОЙ ВЕКСЕЛЬ (bill of exchange) — ЦЕННАЯ БУМАГА, представляющая сумму КРЕДИТА, полученного одним предприятием от другого на небольшой срок (обычно три месяца). Кредитор выписывает переводной вексель на определённую сумму денег, которая должна быть возвращена к указанному моменту в будущем, а заёмщик подтверждает своё согласие уплатить эту сумму подписью (акцептом) на векселе. Большинство векселей учитывается (т. е. покупается у трассанта — лица, выписавшего его) УЧЁТНЫМ РЫНКОМ на сумму, меньшую номинала векселя (разница между этими величинами представляет собой процентный платёж). Векселя часто покупаются КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ и используются ими в составе своих НОРМ (КОЭФФИЦИЕНТОВ) РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ.

См. ДИСКОНТ, АКЦЕПТНЫЙ БАНК, УЧЁТНЫЙ ДОМ.

ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ (collective bargaining) — переговоры по вопросам ОПЛАТЫ, условий труда и т. д., которые ведутся представителями рабочих (обычно это члены профсоюза) и администрации. Эти переговоры происходят на различных уровнях: от низовой профсоюзной организации и отдельного предприятия до профсоюзов в целом и целой отрасли.

Начиная с предприятия и компании переговоры о коллективном договоре всё в большей степени затрагивают ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, равно как и ставки заработной платы и условия труда, причём профсоюзы и рабочие предлагают ослабление ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТРУДОВОЙ ПРАКТИКИ в обмен на увеличение зарплат и улучшение условий труда. Такие ослабления позволяют фирме более эффективно и гибко использовать рабочую силу, повышая таким образом свою конкурентоспособность.

Переговоры о коллективном договоре на уровне отрасли могут иметь инфляционные последствия, когда профсоюзы начинают сопоставлять прирост заработной платы в отраслях, в которых имеют место большие выигрыши от увеличения производительности, с приростом заработной платы в менее эффективных отраслях. Избирательное использование аргументов сравнимости прироста заработной платы и давление, на-

правленное на поддержание традиционной дифференциации ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, могут привести к ИНФЛЯЦИИ ЗАТРАТ.

См. ПРОФСОЮЗ, ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОНФЛИКТ.

ПЕРЕГОВОРЫ О ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА (productivity bargaining) — форма ПЕРЕГОВОРОВ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ, которая касается способов повышения производительности посредством изменения ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ и условий труда. Эти переговоры могут привести как к изменениям существующей трудовой практики (см. ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТРУДОВАЯ ПРАКТИКА), так и к введению новых методов работы, которые стимулируют рабочих быть более адаптируемыми к изменениям.

Переговоры о производительности труда могут помочь фирме стать более эффективной и быстрее реагировать на изменения условий рынка. Иными словами, переговоры могут повысить эффективность экономики «со стороны предложения» и противостоять ИНФЛЯЦИИ ЗАТРАТ.

См. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ПЕРЕДАТОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ (transmission mechanism) — см. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ.

ПЕРЕКРЁСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА (cross elasticity of demand) — показатель степени восприимчивости СПРОСА на один товар к изменению ЦЕНЫ другого товара:

$$\text{перекрёстная эластичность спроса} = \frac{\text{процентное изменение объёма спроса на товар А}}{\text{процентное изменение цены товара В}}.$$

Продукты могут рассматриваться потребителями в качестве заменителей друг друга, и в этом случае рост цены товара *В* (например, чая) будет приводить к увеличению спроса на товар *А* (например, кофе). Здесь перекрёстная эластичность спроса будет *положительной*, поскольку с ростом цены товара *В* спрос на товар *А* увеличивается, и потребители будут покупать больше товара *А*, предпочитая его подорожавшему *В*. Но, с другой стороны, продукты могут рассматриваться потребителями в качестве взаимодополняющих, спрос на которые совмещён; и в этом случае рост цены товара *В* (чая, например) будет приводить к уменьшению спроса не только на товар *В*, но и на товар *А* (сахар, например). Здесь перекрёстная эластичность спроса будет *отрицательной*, поскольку рост цены товара *В* вызывает снижение спроса на товар *А*.

Степень взаимозаменяемости продуктов отражается в величине показателя перекрёстной эластичности. Если небольшой прирост цены товара *В* приводит к значительному приросту

спроса на товар *A* (т. е. спрос высоко перекрёстно эластичен), то товары *A* и *B* — близкие заменители. Точно так же в величине показателя перекрёстной эластичности отражается степень взаимодополняемости продуктов. Если небольшое увеличение цены товара *B* вызывает большое падение спроса на товар *A* (т. е. спрос высоко перекрёстно эластичен), то товары *A* и *B* близко дополняют друг друга.

Перекрёстная эластичность даёт полезные указания на взаимозаменяемость продуктов и, таким образом, помогает обозначить границы между рынками. Группа продуктов с высокой перекрёстной эластичностью спроса образует отдельный рынок независимо от того, обладают ли продукты общими техническими характеристиками; например, механические и электронные часы рассматриваются потребителями как близкие заменители.

См. РЫНОК.

ПЕРЕКРЁСТНОЕ СУБСИДИРОВАНИЕ (cross-subsidization) — предоставление в рамках фирмы внутренних субсидий на производство определённых продуктов или определённым подразделениям, финансируемых из прибыли, полученной от производства других товаров или другими подразделениями. Перекрёстное субсидирование часто используется диверсифицированными и вертикально интегрированными фирмами в целях финансирования разработки нового изделия, диверсификации в новые сферы или снижения цен для того, чтобы выдержать интенсивную конкуренцию на конкретном рынке.

См. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ЦЕНОВОЕ СЖАТИЕ.

ПЕРЕЛОЖЕНИЕ НАЛОГА (shift in tax) — перенесение бремени НАЛОГА с его номинального плательщика таким образом, что налог в конечном счёте платит кто-либо другой.

См. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ.

ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ (variable cost) — любые ЗАТРАТЫ, которые изменяются в прямой зависимости от изменений уровня выпуска продукции. Они представляют собой затраты, связанные с использованием ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА (сырья, труда и т. д.).

Кривая общих переменных затрат КОРоткого ПЕРиода на рис. 82а имеет S-образную форму, поскольку при низком уровне выпуска общие переменные затраты растут медленно (вследствие растущей ОТДАЧИ ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА), а при высоком уровне выпуска — быстрее (вследствие убывающей отдачи переменного ресурса). Средние переменные затраты (*AVC* на рис. 82б) сначала падают (что отражает растущую отдачу переменного

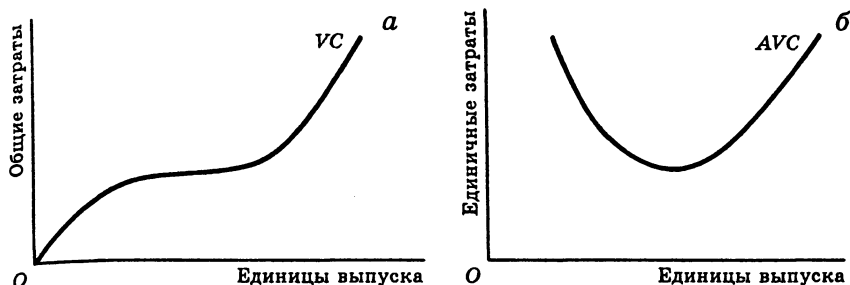


Рис. 82. Переменные затраты.

ресурса), а затем растут (что отражает убывающую отдачу переменного ресурса).

В ТЕОРИИ РЫНКОВ фирма уходит с рынка, если в коротком периоде она не может получить ОБЩУЮ ВЫРУЧКУ, достаточную для покрытия общих переменных затрат. Если же фирма получает общую выручку, перекрывающую общие переменные затраты, или, другими словами, получает ВАЛОВУЮ ПРИБЫЛЬ, что позволяет частично возместить общие ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ, тогда она в коротком периоде останется на рынке, несмотря на то что будет терпеть убытки.

См. также ВЫХОД С РЫНКА, МИНИМИЗАЦИЯ УБЫТКОВ.

ПЕРЕМЕННЫЙ ФАКТОР (РЕСУРС) (variable factor input) — ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА, объём использования которого в производственном процессе может быть изменён в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ при увеличении или уменьшении объёма выпуска предприятия, имеющего фиксированный размер. К переменным ресурсам относятся сырьё, труд, энергоресурсы. Переменные затраты равны сумме объёмов использованных переменных ресурсов, умноженных на их цены.

См. также ПОСТОЯННЫЙ РЕСУРС, ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА.

ПЕРЕМЕЩЕНИЕ ТРУДА (redeployment of labour) — передвижение ТРУДА из одной фирмы в другую или из одной отрасли в другую, вызываемое техническими изменениями (например, введением трудосберегающего оборудования) или структурными сдвигами (например, упадком отдельной отрасли). Перемещение труда обычно требует высокой степени подвижности труда и в географическом, и в профессиональном отношении.

См. также РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ.

ПЕРЕНЕСЕНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ (brand transference) — применение существующей ТОРГОВОЙ МАРКИ к новым или модифи-

цированным продуктам. Перенесение торговой марки основывается на использовании ПРИВЕРЖЕННОСТИ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) ТОРГОВОЙ МАРКЕ (приверженности потребителей к устоявшимся маркам данной фирмы), чтобы добиться от потребителя быстрого признания нового продукта.

ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ТОРГОВЛИ (trade diversion) — изменение в направлении МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ, происходящее в результате образования ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА или ЗОНЫ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ. Торговый союз (зона свободной торговли) предполагает устранение таких препятствий для торговли *между странами — членами соглашения*, как ИМПОРТНЫЕ ПОШЛИНЫ и КВОТЫ, и установление или повышение торговых барьеров в отношении *стран, не являющихся членами соглашения*. Это приводит к РАСШИРЕНИЮ ТОРГОВЛИ между участниками соглашения, но часть этого увеличения происходит за счёт остальных стран, чей импорт оказывается вытесненным из таможенного союза (зоны свободной торговли). Таким образом, для мирового экономического благосостояния это будет менее выгодно, чем в случае уменьшения импортных пошлин «на всех границах».

См. также ОБЩЕЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ.

ПЕРЕПИСЬ (census) — всестороннее официальное обследование домашних хозяйств и фирм, регулярно предпринимаемое с целью получения социально-экономической информации. В Великобритании *переписи населения* проводятся каждые 10 лет с 1891 г. для обеспечения сбора информации о демографических тенденциях. Данные переписей используются государством при планировании расходов на жилищное строительство, образование и социальное обеспечение. *Промышленные переписи* проводятся ежегодно с целью получения подробных данных о промышленном производстве, занятости, инвестициях и т. д. *Перепись предприятий торговли* даёт сведения об оптовой и розничной торговле. Эту информацию государство может использовать при выработке своей экономической и промышленной политики.

ПЕРЕРАБОТКА ОТХОДОВ (recycling) — вторичная обработка материалов, тары или благ, которые были бы в противном случае выброшены, с целью использования их в производстве каких-либо других продуктов (например, переработка старых газет для изготовления коробок для яиц и писчей бумаги или переплавка использованных металлических баночек для изготовления новой тары).

Переработка отходов помогает предприятию снизить его затраты на производство, так как использование вторичного

сырья, которое оно получает от переработки отходов, обычно дешевле, чем использование первичного сырья. Экономике это позволяет сохранять ограниченные природные ресурсы и экономить на затратах энергии (переработанная бумага предохраняет от вырубки лес и экономит около 70% энергии, затрачиваемой при переработке свежесрубленного леса). Переработка отходов также помогает уменьшить ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, сокращая необходимость создания свалок из отходов.

ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ (income redistribution) — политика, связанная с изменением структуры ЛИЧНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА в экономике. Эта политика преследует в основном социальные, а не экономические цели. Основной задачей такой политики является как достижение более равномерного распределения дохода между различными слоями общества, так и обеспечение каждому индивиду по крайней мере минимально приемлемого уровня жизни. Перераспределение дохода между различными слоями населения достигается преимущественно посредством системы ПРОГРЕССИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и разнообразных социальных выплат (субсидий на жилищное строительство, пенсий по старости и т. д.).

См. ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ, ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ, НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО.

ПЕРЕСМОТРЕННАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ (revised sequence) — предположение, заключающееся в том, что именно производители *активно определяют*, какие продукты необходимо предлагать потребителям, а не пассивно реагируют на их спрос (см. СУВЕРЕНИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ). Это предположение было развито ГЭЛБРЕЙТОМ, который считал, что большие монополистические и олигополистические фирмы имеют средства и возможность для влияния на потребительский рынок с помощью РАЗРАБОТКИ НОВЫХ ПРОДУКТОВ и РЕКЛАМИРОВАНИЯ. Степень, в которой большие производители способны формировать выбор потребителей и действительно создавать спрос на продукты, со временем определяет их способность делать ЦЕНОВУЮ СИСТЕМУ подчинённой производителям. Это ставит под вопрос «обычную связь», при которой конкурентные фирмы просто обслуживают желания потребителей, возникающие независимо от действий фирм.

См. МОНОПОЛИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ.

ПЕРЕХОДНАЯ БЕЗРАБОТИЦА (transitional unemployment) — см. ФРИКЦИОННАЯ БЕЗРАБОТИЦА.

ПЕРЕХОДНАЯ ЗОНА (intermediate area) — умеренно отстающий район, который в соответствии с принципами региональной политики Великобритании нуждается в промышленном обновлении. Фирмы, готовые осуществлять новые инвестиции в такие районы, могут рассчитывать на региональную селективную поддержку.

См. РАЙОН РАЗВИТИЯ.

ПЕРЕХОДНЫЙ ЗАЁМ (bridging loan) — вид краткосрочного займа, используемый заёмщиком в качестве постоянного источника средств в течение определённого периода, по истечении которого заёмщик получит среднесрочный или долгосрочный заём и сможет вернуть первый. Переходный заём чаще всего используется на рынке жилья как средство финансирования покупки нового дома на время, пока не получены деньги по долгосрочной ЗАКЛАДНОЙ или не поступила выручка от продажи какой-то части старого имущества.

ПЕРЕУЧЁТ (rediscounting) — покупка и продажа обычных ВЕКСЕЛЕЙ, КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ или ОБЛИГАЦИЙ в период между моментом их выпуска и моментом погашения. Например, если облигация с номиналом 1000 ф. ст., погашаемая через год, продаётся по начальной цене 900 ф. ст. (со скидкой в 100 ф. ст. по отношению к цене погашения), она затем может быть перепродана или переучтена за 950 ф. ст. через 6 месяцев.

См. также ДИСКОНТ, УЧЕТНЫЙ РЫНОК.

ПЕРИОД ОКУПАЕМОСТИ (payback period) — определяемый для инвестиций период, в течение которого поступление денег полностью покрывает первоначальное вложение капитала. Например, машина стоимостью 1000 ф. ст. приносит чистый доход в 250 ф. ст. в год, так что период окупаемости для неё составит четыре года.

См. также ДИСКОНТИРОВАННЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК, ОЦЕНИВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ.

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ПРОДАЖА (personal selling) — средство увеличения объёма продаж продукта фирмы, которое подразумевает прямой контакт между торговыми представителями фирмы и потребителями. В противоположность «пассивным» средствам общения с покупателями, таким как РЕКЛАМА, встречи с ними лицом к лицу обеспечивают более активное взаимодействие. Торговые представители могут подробно объяснить различные свойства продукта, дать консультации, ответить на вопросы потребителей относительно продукта и, где это необходимо, продемонстрировать продукт в действии.

ПИГУ, АРТУР СЕСИЛЬ (1877–1959) (Pigou, Arthur Cecil) — английский экономист, разработавший теорию ЭКОНОМИКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ в своей книге «Экономика благосостояния» (1919). Пигу рассматривал рыночные цены в качестве индикатора относительной полезности различных товаров, но доказывал, что отклонение частных затрат и выгод от общественных затрат и выгод может сделать необходимыми налоги и субсидии с целью достижения оптимального размещения ресурсов. Это несоответствие между предельным частным чистым продуктом и предельным общественным чистым продуктом является аргументом в пользу государственного вмешательства, направленного на увеличение эффективности размещения ресурсов. Пигу считал, что межличностные сравнения необходимы для формирования политики. Он выступал за более справедливое РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ, основываясь на убывающей предельной полезности дохода.

См. также ЭФФЕКТ РЕАЛЬНЫХ КАССОВЫХ ОСТАТКОВ.

ПИКЕТЧИК (picket) — человек, принимающий участие в ЗАБАСТОВКЕ либо поддерживающий её, который в то же время старается воспрепятствовать другим людям занять рабочее место на протяжении ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КОНФЛИКТА. В Великобритании пикетирование своего собственного рабочего места считается законным, а пикетирование чужих рабочих мест (*вторичное пикетирование*) — незаконным.

ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОЧЕЙ СИЛЫ (manpower planning) — непрерывный управленческий процесс, связанный с определением требуемого количества трудовых ресурсов и разработкой стратегии их оптимального использования и развития в соответствии с основными целями деятельности фирмы. Планирование рабочей силы и человеческих ресурсов имеет своей целью определение будущих потребностей в рабочей силе и, кроме того, включает в себя другие виды управления персоналом, такие как приём на работу, обучение, продвижение по службе и т. д.

ПЛАН ПООЩРЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (business expansion scheme) — программа, принятая в Великобритании в 1981 г. и нацеленная на поощрение развития мелкого бизнеса путём предоставления ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ многочисленных налоговых льгот на инвестиции.

См. также ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА.

ПЛАТЁЖНЫЙ БАЛАНС (balance of payments) — отчёт о торговых и финансовых сделках страны с остальным миром за опре-

делённый период времени (обычно за год). Ниже представле. на стандартная форма платёжного баланса. Он делится на две основные части: (а) счёт текущих операций и (б) инвестиции и другие сделки с капиталом (счёт движения капитала, — *прим. перев.*).

Платёжный баланс Великобритании за 1991 г.

(а) Счёт текущих операций.

Видимый баланс (торговый баланс)

Продукты питания, напитки, табак	-3954
Основные материалы	-2583
Горюче-смазочные материалы	-58
Промышленные товары	-3604
Прочее	-91
	-10290

Невидимый баланс

Баланс услуг	4990
Процентные платежи, прибыли и дивиденды	328
Трансфертные платежи, главным образом обязательства правительства ЕС	-1349
	3369

Текущий баланс -6321

(б) Сделки с внешними активами и пассивами Великобритании (инвестиции и другие сделки с капиталом)

Внешние активы Великобритании (прирост)	-20781
Внешние пассивы Великобритании (прирост)	26030
Сальдо	5249
<i>Общий баланс</i>	-1072

Примечание. Балансирующие статьи (б) включают ошибки и пропуски в регистрации сделок, а также опережения и лаги в денежных платежах и поступлениях.

(Источник: UK BALANCE OF Payments, CSO (Pink Book), 1992).

Счёт текущих операций отражает прибыли или убытки страны в ежедневно осуществляемых сделках. Он состоит из двух статей. Видимый торговый баланс (ТОРГОВЫЙ БАЛАНС) показывает разницу между стоимостью ЭКСПОРТА и ИМПОРТА товаров (сырья и топлива, продуктов питания, полуфабрикатов и готовой продукции). Вторая группа сделок образует НЕВИДИМЫЙ БАЛАНС. Эти сделки включают поступления и платежи за такие услуги, как банковское обслуживание, страхование и туризм. Сюда также входят процентные платежи и прибыль на инвести-

ции и займы, государственные доходы и расходы на оборону, учреждения за границей и т. д.

Помимо сделок, отражаемых счётом текущих операций, существуют также денежные потоки в страну и из неё, связанные с операциями с капиталом: капиталовложения компаний в строительство новых фабрик и покупку активов, государственные займы и межбанковские сделки с фунтом стерлингов и иностранной валютой.

Текущий баланс, инвестиционный и другие капитальные потоки вместе с балансирующими статьями дают *баланс официального финансирования*. Эта цифра показывает — активное или пассивное сальдо баланса имеет страна. Если имеется активное сальдо платёжного баланса, страна может увеличить свои МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ РЕЗЕРВЫ и, если необходимо, погасить часть своей задолженности; если — дефицит, то он должен быть покрыт за счёт международных валютных резервов или займов.

С активным или пассивным сальдо платёжного баланса можно справиться разными способами, в том числе внешней корректировкой цен, внутренней корректировкой цен и доходов, а также торговыми и валютными ограничениями.

См. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

ПОБОЧНЫЙ ПРОДУКТ (by-product) — продукт, получаемый в ходе производственного процесса попутно с основным продуктом. Так, например, при очистке сырой нефти в производстве бензина получается целый ряд побочных продуктов: битум, нафталин, креазот.

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ (behavioural theory of the firm) — направление, альтернативное традиционной ТЕОРИИ ФИРМЫ, основанной на мотиве максимизации прибыли, которое делает акцент на природе крупных компаний как сложных организаций с их проблемами конфликта целей и коммуникации. Поведенческая теория исследует врождённый конфликт между целями индивидов и подгрупп внутри организации и утверждает, что цели организации вырастают из взаимодействия этих индивидов и подгрупп.

Сайерт и Марч, внесшие вклад в развитие поведенческой теории, предложили пять основных задач, имеющих важное значение для сбытовой, производственной и ценовой стратегии компании: (а) производственная задача; (б) задача запасов; (в) задача сбыта; (г) задача рыночной доли; (д) задача прибыли. Каждая из этих задач является главной заботой для отдельных управляющих в рамках организации, и эти управляю-

щие выдвигают на передний план свои конкретные задачи. Задачи становятся объектом «торга» между управляющими, в итоге которого как компромисс между частными возникают общие задачи, которые часто обозначают как цели уровня удовлетворения (см. ТЕОРИЯ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ). Однако такой межгрупповой конфликт редко угрожает существованию организации, ибо ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ «ЖИРОК» обеспечивает резерв «аварийных ресурсов», который позволяет управляющим выполнить свои задачи в условиях враждебной экономической среды.

Чтобы добиться рационального принятия решений, необходимо искоренить несоответствия между задачами и разрешить конфликты между целями. Традиционная экономическая теория, рисуя портрет «ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЧЕЛОВЕКА», способного точно определять свои цели и совершать действия, направленные на их достижение, утверждает, что рациональность может быть достигнута. Поведенческая теория, напротив, заявляет, что постановка задач носит несовершенный характер и оттого новые цели не всегда согласуются с осуществляемой политикой, что задачи ставятся скорее в форме целей, к которым нужно стремиться, чем в виде максимизационных задач, причём в свете опыта цели эти то усложняются, то упрощаются.

Поведенческая теория обращается также к проблемам коммуникации в крупных организациях, утверждая, что процесс принятия решений скорее распределён по всей фирме, чем сконцентрирован на вершине организационной пирамиды. Это происходит потому, что управляющие нижнего уровня не только выполняют приказы, но и проявляют инициативу, (а) детализируя общие планы, намечаемые высшим управленческим звеном, и (б) обобщая информацию, которая должна поступить наверх, чтобы стать базой для принятия решений их начальниками. Эти проблемы коммуникации осложняют попытки высших управленцев навязать свои цели организации.

Хотя поведенческая теория фирмы носит описательный характер и ей недостаёт детерминизма, необходимого для разработки прогнозов, поддающихся проверке, она предложила немало полезных идей о целях крупных компаний.

См. также УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ.

ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ АКТИВОВ (appreciation) — долгосрочные активы, такие как производственные здания, офисы и жилые дома, как правило, растут в цене вследствие ИНФЛЯЦИИ и повышения стоимости участков; стоимость краткосрочных акти-

вов, таких как АКЦИИ, также может возрастать. Когда активы дорожают, их стоимость замены превышает их ИСТОРИЧЕСКУЮ (ПЕРВОНАЧАЛЬНУЮ) СТОИМОСТЬ, а потому может быть необходима периодическая переоценка таких активов, чтобы их бухгалтерская стоимость соответствовала рыночной стоимости.

См. АМОРТИЗАЦИЯ, БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ.

ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ КАПИТАЛА (capital appreciation) — см. ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ АКТИВОВ.

ПОГАШАЕМАЯ ЦЕННАЯ БУМАГА (redeemable financial security) — ценная бумага (например, ОБЛИГАЦИЯ или ПРИВИЛЕГИРОВАННАЯ АКЦИЯ), которая выпускается на определённый период времени и погашается по мере истечения этого периода согласно её выкупной стоимости. Ср. КОНСОЛИ.

ПОГАШЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА (public-sector debt repayment (PSDR)) — превышение государственных доходов от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ над ГОСУДАРСТВЕННЫМИ РАСХОДАМИ, что позволяет погасить некоторые займы, полученные в прошлом. БЮДЖЕТНЫЙ ИЗЛИШЕК используется в качестве инструмента ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ как средство уменьшения общих расходов (СОВОКУПНОГО СПРОСА) в экономике. О том, как колебания уровня экономической активности и темпы инфляции влияют на состояние государственного бюджета, см. ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ.

См. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ.

ПОГЛОЩЕНИЕ (takeover or acquisition) — приобретение одной ФИРМОЙ какой-либо другой фирмы. В отличие от СЛИЯНИЯ, которое обычно происходит по взаимному соглашению между участвующими в нем фирмами, при поглощении одна из фирм осуществляет «враждебное» ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПОГЛОЩЕНИИ фирмы, становящейся жертвой, без согласия управляющих этой фирмы. Если акции поглощаемой компании открыто котируются на бирже, это предполагает покупку 50% или более голосующих акций этой компании для осуществления эффективного контроля над ней, хотя обычно приобретающая компания предпочитает скупить все её акции.

Можно выделить три основные категории поглощений: (а) горизонтальные поглощения, при которых фирмы являются непосредственными конкурентами на одном рынке; (б) вертикальные поглощения, при которых фирмы находятся в отношении поставщик — заказчик; (в) поглощения, приводящие к появлению конгломератов, — фирмы в этом случае действуют на независимых рынках и стремятся диверсифицировать свою деятельность.

С точки зрения фирмы поглощение может быть для неё выгодным, так как может позволить ей сократить затраты по производству и сбыту продукции, приобрести ТОРГОВУЮ МАРКУ, расширить существующие виды деятельности (или начать новые) или устранить нежелательную конкуренцию и увеличить своё влияние на рынке. Если же рассмотреть влияние, которое оказывают поглощения на действие рыночного механизма, то, с одной стороны, они могут обеспечивать более высокую эффективность использования ресурсов, но, с другой стороны, вследствие сокращения конкуренции приводить к менее эффективному размещению ресурсов. Таким образом, поглощения могут одновременно приносить и выгоды, и вред (см. СЛИЯНИЕ).

В Великобритании поглощения, в результате которых доля отдельной фирмы на рынке отдельного продукта становится больше 25%, или предполагающие приобретение активов, ценность которых превышает 30 млн ф. ст., могут стать предметом рассмотрения КОМИССИИ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ, которая должна определить, не противоречит ли поглощение интересам общества.

См. также ФИРМА-ГРАБИТЕЛЬ, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, МОДЕЛЬ КОМПРОМИССА УИЛЬЯМСОНА, ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, КОДЕКС СИТИ, ВХОД НА РЫНОК.

ПОДДЕРЖАНИЕ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН (resale price maintenance) — вид ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПРАКТИКИ, когда поставщик назначает цену, по которой все розничные торговцы должны продавать продукт конечным потребителям. Главное возражение против этой практики опирается на тот факт, что она ограничивает или полностью устраняет конкуренцию розничных цен, и назначение одинаковых розничных надбавок приводит к поддержке неэффективных розничных торговцев.

Поддержание розничных цен (за исключением редких случаев) было запрещено в Великобритании в 1964 г., что привело к быстрому увеличению числа таких массовых розничных торговцев, как сети супермаркетов.

См. также ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, РЕКОМЕНДУЕМАЯ РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА.

ПОДДЕРЖКА ДОХОДОВ (income support) — 1. Политика, направленная на увеличение ДОХОДОВ беднейших членов общества посредством ТРАНСФЕРТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ, например дополнительной материальной помощи, пособия по безработице и т. д.

См. ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ, ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ.

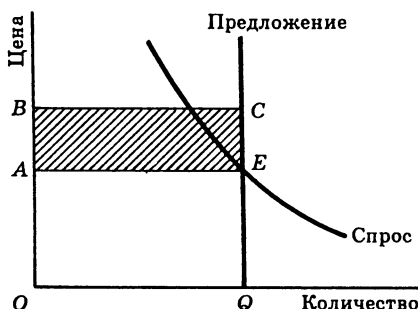


Рис. 83. Поддержка доходов. Во многих странах системы поддержки доходов применяются преимущественно к аграрному сектору. На графике равновесия рыночная цена равна OA . Если эта цена слишком низка для адекватного вознаграждения труда фермеров, правительство установит гарантированную или **ТЕНЕВУЮ ЦЕНУ**, предположим OB , и, таким образом, возместит нехватку дохода фермеров платежом, в совокупности равным заштрихованной площади $ABCE$. Заметим, что в противоположность методу **ПОДДЕРЖКИ ЦЕН** потребители платят рыночную цену OA , а продавцы продают определённое рыночное количество продукции OQ . Метод поддержки доходов применялся в Великобритании для поддержки аграрного сектора до присоединения к **ЕДИНОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКЕ ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА** в 1973 г. См. **АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА**.

2. Метод подкрепления доходов определённых производителей посредством обеспечения прямых платежей, применяемый тогда, когда рыночные цены приносят недостаточный доход. См. рис. 83.

ПОДДЕРЖКА ЦЕН (price support) — способ поддержания доходов определённой группы производителей посредством административного сохранения ЦЕН на их товары выше равновесных рыночных. Во многих странах система ценовой поддержки применяется исключительно для того, чтобы помочь аграрному сектору в обеспечении приемлемого уровня общих фермерских доходов. На рис. 84 OA — **РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА**. Если эта цена слишком низка, чтобы адекватно «вознаградить» фермеров, правительство окажет им ценовую поддержку, подняв цену, скажем, до OB , по которой оно готово купить весь нераспроданный остаток продукции. Подняв цену до OB , правительство приобретает нераспроданную продукцию CF с общими затратами, пропорциональными площади заштрихован-

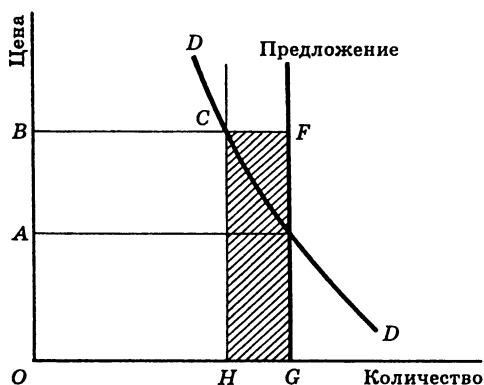


Рис. 84. Поддержка цен.

ного прямоугольника $CFGH$. Главная проблема в том, что метод ценовой поддержки ставит в невыгодное положение потребителей, а также приводит к расточительному перепроизводству. Метод ценовой поддержки используется в качестве основы единой аграрной политики ЕС. Ср. поддержка доходов.

См. также АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА, РЕЗЕРВНЫЙ (БУФЕРНЫЙ) ЗАПАС.

ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ (income tax) — ПРЯМОЙ НАЛОГ, устанавливаемый государством на ДОХОД (заработную плату, ренту, дивиденды), получаемый домашним хозяйством, в целях пополнения государственных доходов и в качестве инструмента ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ. Подоходный налог обычно платится по прогрессивной шкале (см. ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ). НАЛОГОВАЯ СЛУЖБА ВЕЛИКОБРИТАНИИ определяет размер налогов и получает их от лица государства в течение финансового года, начинающегося 6 апреля и заканчивающегося 5 апреля следующего года. Налоги, такие как НАЛОГ НА КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ и НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО, также взимаются с физических лиц, но они отличаются от подоходного налога размером и способом расчёта.

Изменения ставки подоходного налога могут быть использованы как часть фискальной политики для регулирования уровня совокупного спроса. Повышение налога используется для уменьшения РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА, доступного для расходов на потребление, а снижение налога увеличивает располагаемый доход. Подоходный налог может быть использован также для воздействия на распределение доходов в обществе в соответствии с социальной политикой правительства.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, ТАБЛИЦЫ «ДОХОД-НАЛОГ».

ПОДПИСНОЙ ВЫПУСК (tap issue) — выпуск Банком Англии КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ и ОБЛИГАЦИЙ по заранее определённой цене и размещение их среди одних государственных учреждений, которые имеют краткосрочный избыток средств для покрытия части дефицита других государственных учреждений.
См. ТЕНДЕРНЫЙ ВЫПУСК.

ПОДТВЕРЖДЕНИЕ (underwriting) — принятие финансовым институтом финансового риска, связанного с определённой сделкой, за согласованное вознаграждение. Например, СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ подтверждают риск СТРАХОВАНИЯ от повреждения собственности, выплачивая деньги владельцам страховых полисов полностью или частично в соответствии с условиями компенсации ущерба. Другой пример: ТОРГОВЫЕ БАНКИ подтверждают выпуск новых АКЦИЙ 1, обязуясь скупить любое количество акций, которое не будет продано на открытом рынке.

ПОДУШНЫЙ НАЛОГ (poll tax) — фиксированный НАЛОГ, который устанавливается как фиксированная ставка на душу населения. Выражение «подушный налог» используется также как разговорное обозначение британского МЕСТНОГО НАЛОГА.

См. АККОРДНЫЕ НАЛОГИ.

ПОДЪЁМ (ОЖИВЛЕНИЕ) (recovery) — одна из фаз ДЕЛОВОГО ЦИКЛА, в течение которой уровень экономической активности (ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ) начинает повышаться. Реальный выпуск и инвестиции растут, а БЕЗРАБОТИЦА падает. Подъём экономической активности обычно зависит от увеличения СОВОКУПНОГО СПРОСА, которое может происходить автономно или вызываться расширительной ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКОЙ или КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКОЙ.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

ПОЗИТИВНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (positive economics) — учение о том, что есть в экономике, а не о том, что *должно быть*. Например, утверждение, что «уменьшение налогов ведёт к увеличению расходов на потребление», может быть подтверждено или опровергнуто на практике при изучении влияния налогообложения на расходы. Позитивная экономическая теория стремится выявить отношения между экономическими переменными, квантифицировать и измерить эти отношения, а также предсказать, что произойдет, если та или иная переменная изменится. Ср. НОРМАТИВНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.

ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ (concentration measures) — показатели распределения фирм, участвующих в экономической деятельности, по величине. Наиболее общим показателем

концентрации является показатель *совокупной концентрации*, который отражает долю крупнейших фирм в общем объёме производства в экономике, например доля 200 крупнейших фирм в объёме промышленного производства или доля общего выпуска обрабатывающей промышленности, произведённая 100 крупнейшими компаниями. Для исчисления этого показателя можно использовать различные характеристики величины фирм, в частности объём продаж, объём выпуска продукции, число занятых и объём используемого капитала, которые могут дать несколько расходящиеся результаты из-за разброса капиталоемкости и других параметров. Такие показатели позволяют дать оценку концентрации и её изменениям во времени на общенациональном уровне.

Хотя показатели совокупной концентрации широко используются, они являются слишком обобщенными, когда анализируются отдельные рынки и их функционирование. Поэтому экономисты разработали ряд показателей концентрации рынка, позволяющих измерить концентрацию продавцов или концентрацию покупателей. Наиболее распространённым из них является коэффициент концентрации, который показывает рыночную долю определённого числа крупнейших фирм. В Великобритании коэффициент концентрации обычно рассчитывается для трёх или (с недавних пор) для пяти крупнейших фирм, в США используется коэффициент концентрации для четырёх фирм.

Однако коэффициент концентрации отражает концентрацию продавца лишь в одной точке кривой кумулятивной концентрации, как это можно видеть на рис. 85а. Это затрудняет сравнение кривых концентрации для двух различных рынков (см. на рисунке рынки А и Б), когда их кривые концентрации пересекаются. Например, если используется коэффициент для трёх фирм, то более концентрированным оказывается рынок А, когда же мы применяем коэффициент концентрации для пяти фирм, то более концентрированным оказывается рынок Б. Но существует альтернативный показатель концентрации, так называемый индекс Херфиндаля, он решает эту проблему, учитывая количество всех фирм на рынке и их рыночные доли. Индекс Херфиндаля рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей всех фирм. Величина индекса может варьировать от нуля (когда имеется множество фирм одинакового размера) до единицы (когда на рынке действует только одна фирма).

Такие показатели концентрации, как коэффициент концентрации и индекс Херфиндаля, называются показателями *абсолютной концентрации*, так как они отражают доли рынка

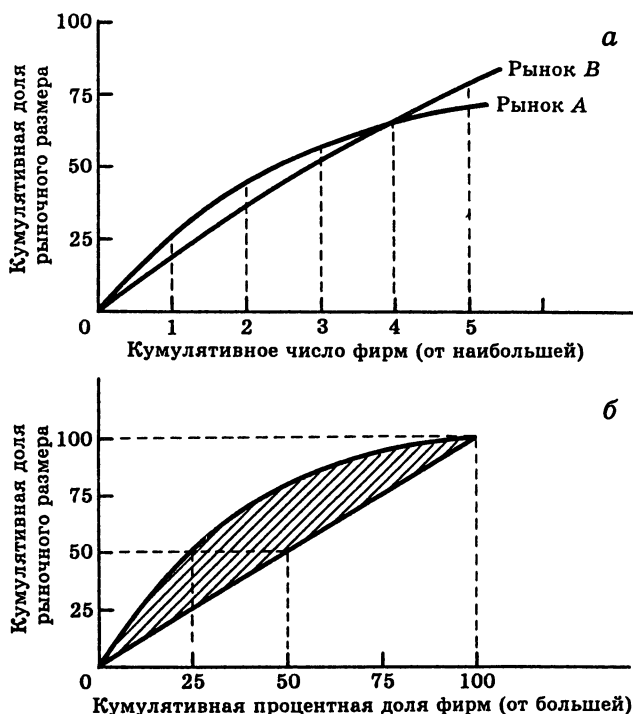


Рис. 85. Показатели концентрации. а. Кривые кумулятивной концентрации показывают кумулятивную величину долей рынка, приходящуюся на различное (кумулятивное) число фирм. б. Кривая Лоренца показывает кумулятивную величину долей рынка, приходящуюся на различные (кумулятивные) процентные доли от общего числа фирм на рынке.

данного (абсолютного) числа фирм. Показатели *относительной концентрации*, напротив, измеряют неравенство распределения всех фирм, поставляющих продукцию на данный рынок, по рыночной доле. Эти различия можно отобразить в виде кривой Лоренца, как это сделано на рис. 85б. Диагональ соответствует равенству рыночных долей фирм, поэтому степень отклонения кривой Лоренца от этой линии служит показателем относительной концентрации продавцов. Например, при равенстве долей мы можем ожидать, что 50% объема продаж придется на 50% всех фирм, однако в действительности, как свидетельствует кривая Лоренца, 50% объема продаж приходится лишь на 25% крупнейших фирм. *Коэффициент Джини*

измеряет для данного рынка степень отклонения кривой Лоренца от диагонали. Этот коэффициент позволяет определить степень отклонения путём деления площади заштрихованной фигуры, лежащей ниже кривой Лоренца, на площадь, ограниченную снизу линией равенства долей. Значение коэффициента Джини может варьировать от нуля (полное равенство) до единицы (полное неравенство).

На практике в большинстве исследований рыночной концентрации используются коэффициенты концентрации, рассчитанные по данным промышленных переписей.

ПОКАЗАТЕЛЬ ОТНОСИТЕЛЬНОЙ КОНЦЕНТРАЦИИ (relative concentration measure) — см. ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ.

ПОКАЗАТЕЛЬ «ЦЕНА—ПРИБЫЛЬ» (price-earnings ratio)— показатель, используемый для оценки фактической прибыльности котирующейся на фондовой бирже акционерной компании, который выражается в виде рыночной ЦЕНЫ АКЦИЙ 1, делённой на ПРИБЫЛЬ КОМПАНИИ. Например, если прибыль составляет 1 ф. ст. на одну акцию и цена этих акций на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ равна 10 ф. ст. за каждую, то показатель «цена—прибыль» будет равен 10 : 1. Если перспективы компании оцениваются на фондовой бирже как хорошие, то вполне вероятно, что цена акций этой компании будет расти, повышая показатель «цена—прибыль». Показатель «цена—прибыль» является обратным по отношению к ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ ДОХОДНОСТИ АКЦИИ.

См. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ДОХОД НА АКЦИЮ.

ПОКРЫТИЕ (covering) — способ сохранения стоимости будущих доходов от внешнеторговых сделок, выраженной в отечественной валюте, который состоит в покупке или продаже доходов от этих сделок на ФЬЮЧЕРСНОМ РЫНКЕ за иностранную валюту.

ПОКУПАТЕЛЬ (buyer) — лицо, приобретающее БЛАГО или УСЛУГУ. Покупателей можно разделить на две группы: те, кто приобретает сырьё, полуфабрикаты, заводы и оборудование, которые используются затем для производства других продуктов («промышленные покупатели»), и те, кто покупает продукты для личного потребления («потребители»).

Промышленные покупатели (главным образом это должностные лица фирмы, отвечающие за снабжение) приобретают в основном «функциональные» ресурсы для производственного процесса, обычно в больших количествах, на суммы, измеряемые тысячами фунтов стерлингов. Для них первоочередное значение имеют качество и технические характеристики поставляемых ресурсов, которые должны обеспечивать бесперебойное и эффективное протекание производственного процес-

са. В сделках с промышленными покупателями важное значение приобретают личные контакты, а также обеспечение технической консультации и послепродажного обслуживания.

Покупатели потребительских благ, напротив, приобретают гораздо более широкий круг продуктов, причём, как правило, в небольших количествах. Покупки делаются с целью удовлетворения «физических» или «психологических» нужд потребителя. Поэтому для продавцов важно понимать, что лежит в основе этих нужд, производить и продвигать на рынке те **ТОРГОВЫЕ МАРКИ**, которые удовлетворяют выявленным потребностям покупателей. **РЕКЛАМИРОВАНИЕ** и **СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА** являются важными инструментами формирования у потребителей определённого восприятия торговой марки и создания **ПРИВЕРЖЕННОСТИ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) ТОРГОВОЙ МАРКЕ**.

См. **ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА**.

ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ (purchasing power) — степень использования каждой денежной единицы для покупки товаров и услуг. Чем больше товаров и услуг можно купить, скажем, на 10 ф. ст., тем больше покупательная способность. Покупательная способность напрямую связана с розничным **ИНДЕКСОМ ЦЕН** и может быть использована для сопоставления материального благосостояния среднего индивида в различные периоды времени.

См. **ИНФЛЯЦИЯ**, **ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ**.

ПОКУПКА/ПРОДАЖА АКЦИЙ (share purchase/sale) — процесс покупки и продажи **АКЦИЙ** 1 на **ФОНДОВОЙ БИРЖЕ**. Он состоит из нескольких этапов.

Первый этап: покупатель/продавец обращается к **БРОКЕРУ** или к **КОММЕРЧЕСКОМУ БАНКУ**, поручая им покупку или продажу определённого количества акций данной компании. Брокер или банк затем выполняет эту задачу, удерживая с клиента комиссионные за свои услуги.

Второй этап: брокер или банк обращается к **СОЗДАТЕЛЮ РЫНКА** для покупки или продажи вверенных ему (брокеру или банку) акций. Создатель рынка имеет некоторый запас акций тех компаний, которые соответствуют его специализации. Создатель рынка называет брокеру или банку две цены: низшую цену «покупателя», по которой создатель рынка собирается покупать акции, и верхнюю цену «продавца», по которой он собирается продавать акции. Разница между этими ценами (маржа) обеспечивает создателю рынка чистую прибыль. Называя две цены, создатель рынка не знает, продавать или покупать акции намерен брокер. Последний же сообщает о своём наме-

рении и заключает сделку в том случае, если он считает цены, назначенные создателем рынка, достаточно конкурентоспособными по сравнению с ценами, названными другими создателями рынка. На этой стадии «торг» завершается и законное право владения акциями переходит к покупателю.

Третий (заключительный) этап: чтобы зафиксировать переход права собственности на акции к покупателю, создатель рынка сообщает об этом РЕГИСТРАТОРУ КОМПАНИИ 1, акции которой были куплены. Последний же корректирует свой реестр акционеров, выписывает новый акционерный сертификат на покупателя и аннулирует акционерные сертификаты продавца этих акций.

ПОЛЕЗНОСТЬ (utility) — удовлетворение или удовольствие, которое индивид получает от ПОТРЕБЛЕНИЯ ТОВАРА или УСЛУГИ.

См. ЮТИЛ, КАРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ФУНКЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ, УБЫВАЮЩАЯ ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ.

ПОЛЗУЧАЯ ИНФЛЯЦИЯ (creeping inflation) — медленный рост общего уровня цен в экономике.

См. ИНФЛЯЦИЯ, ГИПЕРИНФЛЯЦИЯ.

ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ (competition policy) — политика, направленная на обеспечение эффективного использования экономических ресурсов и защиту интересов потребителей. Цель политики в отношении конкуренции — добиться оптимальной ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА, а более конкретно: предложения изделий с наименьшими затратами, «справедливых» цен и прибылей, технического прогресса и улучшения качества продукции. Политика в отношении конкуренции имеет дело с такими явлениями, как монополизация рынка отдельным производителем (ДОМИНИРУЮЩЕЙ ФИРМОЙ), достижение монопольного положения путём слияния и ПОГЛОЩЕНИЯ, СГОВОР между продавцами и АНТИКОНКУРЕНТНАЯ ПРАКТИКА.

Политика в отношении конкуренции заключается, главным образом, в контроле над СТРУКТУРОЙ РЫНКА и РЫНОЧНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ, а также, иногда, в прямом контроле эффективности функционирования рынка (например, установлением максимального уровня прибыли).

Есть два основных подхода к контролю над рыночной структурой и поведением рынка — недискреционный и дискреционный. Недискреционный подход заключается в формулировании «приемлемых» стандартов рыночной структуры и поведения рынка и полном запрещении каких бы то ни было нарушений этих стандартов. Обычно этот подход включает в себя:

(а) установление максимально допустимой доли рынка (например, не более 20% рынка) в целях ограничения КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ и недопущения возникновения монополии. Таким образом, автоматически запрещается любое слияние или поглощение, которое привело бы к увеличению рыночной доли объединённой группы производителей сверх допустимого предела;

(б) полное запрещение всех форм «групповой монополии» (СОГЛАШЕНИЯ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ, КАРТЕЛИ), включающих фиксирование цен, раздел рынка и т. д.;

(в) полное запрещение деятельности, ведущей к ослаблению или уничтожению конкуренции, например ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ДИЛЕРСТВА, ОТКАЗА В ПОСТАВКЕ и т. д.

Таким образом, недискреционный подход является попыткой сохранения условия ДЕЙСТВЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ путём прямого наступления на обладание монопольной властью и её использование.

Напротив, дискреционный подход носит более прагматический характер, допуская, что высокий уровень концентрации продавцов и определённые соглашения между фирмами часто могут приводить к повышению экономической эффективности, а не к её снижению. Сущность дискреционного подхода заключается именно в том, что каждый случай необходимо оценивать с точки зрения его конкретных достоинств и недостатков, а не осуждать автоматически. Таким образом, дискреционный подход слияния предполагает, что соглашения, ограничивающие торговлю, и прочие подобные виды деятельности, описанные выше, расцениваются в зависимости от их возможных выгод и потерь. Если потери от данных видов деятельности больше, чем выгоды, тогда и только тогда они запрещаются.

В США в основном применяется недискреционный подход; в Великобритании давно уже используется дискреционный подход; Европейское Сообщество сочетает элементы обоих подходов.

См. политика в отношении конкуренции (ВЕЛИКОБРИТАНИЯ), политика в отношении конкуренции ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА, ИНТЕРЕСЫ ОБЩЕСТВА, МОДЕЛЬ КОМПРОМИССА УИЛЬЯМСОНА, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, КОМИССИЯ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ, СУД ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ ПРАКТИКЕ, ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ.

ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ (ВЕЛИКОБРИТАНИЯ) (competition policy (UK)) охватывает, в соответствии

с ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ О КОНКУРЕНЦИИ Великобритании, шесть основных областей применения:

(а) **МОНОПОЛИИ.** Монопольное положение определяется как ситуация, в которой одна фирма поставляет на рынок по меньшей мере одну четверть от общего предложения конкретного товара или услуги (МОНОПОЛИЯ ДОМИНИРУЮЩЕЙ ФИРМЫ) или когда две (или более) фирмы, поставляющие на рынок в сумме не менее 25% от общего предложения конкретного товара или услуги, проводят политику ограничения конкуренции между ними (СОСТАВНАЯ МОНОПОЛИЯ). УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ передаёт на расследование КОМИССИИ ПО МОНОПОЛИЯМ и СЛИЯНИЯМ случаи с монополиями (как в частном, так и в государственном секторе) на отдельные товары или услуги, представляет отчёт и отвечает за выполнение (тогда, когда оно необходимо) рекомендаций Комиссии. Комиссия определяет, действует ли монополия в «общественных интересах»;

(б) **СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ.** Слияния и поглощения подпадают под действие закона в тех случаях, когда они создают или усиливают монопольное положение (определяемое по правилу 25% -ной доли рынка) или когда стоимость активов, объединённых при слиянии или поглощении, превышает 30 млн ф. ст. Управление добросовестной конкуренции вместе с министром промышленности отвечает за передачу на расследование Комиссии по монополиям и слияниям конкретных случаев слияний и поглощений, а также за выполнение (тогда, когда оно необходимо) рекомендаций Комиссии. Для определения того, разрешать или запрещать конкретное слияние или поглощение, также используется критерий «общественных интересов»;

(в) **СОГЛАШЕНИЯ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ.** Стороны, заключающие такие соглашения, обязаны зарегистрировать их в Управлении добросовестной конкуренции. Это требование относится: (1) к соглашениям по товарам и услугам, которые содержат ограничения (т. е. антиконкурентные условия) на назначаемые цены на продукцию, условия её производства, её качество и характеристики, способы сбыта, а также районы сбыта и круг потребителей; (2) к СОГЛАШЕНИЯМ ОБ ОБМЕНЕ ИНФОРМАЦИЕЙ (только по товарам), касающимся цен, условий производства и оплаты. Управление справедливой торговли отвечает за передачу таких соглашений на расследование СУДОМ ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ и за исполнение его рекомендаций. Считается, что ограничительные соглашения противоречат «общественным интересам», и поэтому они неизменно запрещаются, если заключающие их стороны не смогут убедить суд, что они принесут чистую экономическую выгоду;

(г) ПОДДЕРЖАНИЕ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН. Соглашение производителей о розничных ценах на свою продукцию в целом запрещено в Великобритании, хотя, по ЗАКОНАМ О РОЗНИЧНЫХ ЦЕНАХ, производитель может избежать запрета на подобное действие, если убедит Судебную палату, что поддержание розничной цены принесет чистую экономическую выгоду. Управление добросовестной конкуренции отвечает за контроль над политикой производителей в отношении их розничных цен и может принимать меры против «подозрительных» попыток производителей (незаконно) осуществить поддержание розничной цены. Тем не менее производители могут принять меры против розничных торговцев, которые используют их продукцию в качестве УБЫТОЧНОГО ЛИДЕРА;

(д) АНТИКОНКУРЕНТНАЯ ПРАКТИКА. Такая торговая практика, как ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ДИЛЕРСТВО, ОТКАЗ В ПОСТАВКЕ, ТРЕБОВАНИЕ ПОЛНОГО АССОРТИМЕНТА и т. д., может расследоваться как в Управлении справедливой торговли, так (если это необходимо) и в Комиссии по монополиям и слияниям, и если будет доказано, что эти действия чрезмерно ограничивают конкуренцию, то на них будет наложен запрет;

(е) ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ. Управление справедливой торговли также отвечает за защиту интересов потребителей. Эти интересы защищаются как принятием мер против нечестных методов торговли (ложное описание товаров, обвешивание и обмеривание, отказ в предоставлении гарантий замены дефектных товаров и т. д.), так и путём побуждения производителей следовать добровольному кодексу «хорошей» торговли.

ПОЛИТИКА ДЕШЁВЫХ ДЕНЕГ (cheap money) — государственная политика, в соответствии с которой ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК уполномочен покупать государственные ОБЛИГАЦИИ на открытом рынке с целью увеличения ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ (см. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА).

Увеличение денежной массы приводит к снижению ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК, которое стимулирует ИНВЕСТИЦИИ, поскольку неприбыльные ранее инвестиции становятся прибыльными ввиду удешевления кредита (см. ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ).

Политика дешёвых денег через СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ приводит к увеличению СОВОКУПНОГО СПРОСА. Ср. ПОЛИТИКА ДОРОГИХ ДЕНЕГ.

См. ЛОВУШКА ЛИКВИДНОСТИ.

ПОЛИТИКА ДОРОГИХ ДЕНЕГ (tight money or dear money) — правительственная политика, в ходе которой ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК

наделяется полномочиями продавать правительственные ОБЛИГАЦИИ на открытом рынке, чтобы уменьшить ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ (см. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА).

Уменьшение предложения денег приводит к увеличению СТАВОК ПРОЦЕНТА, что отбивает охоту делать ИНВЕСТИЦИИ, так как ранее прибыльные инвестиции становятся неприбыльными благодаря увеличившейся стоимости заёмных денег (см. ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ).

Политика дорогих денег вследствие СВЯЗИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ сокращает СОВОКУПНЫЙ СПРОС.

См. ПОЛИТИКА ДЕШЁВЫХ ДЕНЕГ.

ПОЛИТИКА ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ (competition policy (European Community)) охватывает, в соответствии с ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ О КОНКУРЕНЦИИ Европейского Сообщества, три основные области применения:

(а) КАРТЕЛИ. Статьи 85 (1) и (2) Римского договора запрещают картельные соглашения и ГРУППЫ СГОВОРА (т. е. формальный и неформальный сговоры) между фирмами, содержащие фиксирование цен, ограничение объёмов производства, технического развития и инвестиций, а также раздел рынка и приводящие к ограничению конкуренции и торговли внутри Европейского Сообщества. Некоторые другие соглашения (например, соглашения, предусматривающие совместные технические исследования и специализацию производства) могут быть разрешены (формально на них в соответствии со Статьями 85 (1) и (2) налагается запрет) при условии, что они не ограничивают конкуренцию и торговлю между странами.

(б) МОНОПОЛИИ/ДОМИНИРУЮЩИЕ ФИРМЫ. Статья 86 Римского договора запрещает злоупотребление монопольным положением в производстве какой-либо продукции, если оно приводит к ограничению конкуренции и торговли внутри ЕС. Критерии, на основе которых выявляются злоупотребления, аналогичны критериям, применяемым в Великобритании, а именно: злоупотреблением считаются такие действия, которые несправедливы или необоснованны по отношению к потребителям (например, ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ на рынках ЕС), розничным торговцам (например, ОТКАЗ В ПОСТАВКЕ) и к другим производителям (например, избирательные снижения цен с целью устранения конкурентов). Фирмы, виновность которых в незаконном создании картеля и злоупотреблении монопольным положением доказана Европейской Комиссией, могут быть оштрафованы в размере до 10% их годового оборота.

(в) слияния/поглощения. Европейская Комиссия имеет право расследовать слияния, в которые вовлечены компании с общим оборотом по всем странам мира свыше 5 млрд экю (3.7 млрд ф. ст.), если при этом совокупный оборот этих фирм внутри ЕС больше 250 млн экю. Главная цель здесь также — предотвращение слияний, которые способны неблагоприятно повлиять на конкуренцию и торговлю внутри стран ЕС.

ПОЛИТИКА «РАЗОРЕНИЯ СОСЕДА» (*beggar-my-neighbour policy*) — образ действий страны, односторонне преследующей свои эгоистические интересы в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ, даже несмотря на то, что это может вредно повлиять на положение других стран. Так, например, страна А может ввести ТАРИФЫ или РЕГУЛИРОВАНИЕ валютных операций по отношению к импорту из других стран с тем, чтобы защитить от конкуренции отдельные отечественные отрасли. Опасность такого рода политики, однако, заключается в том, что она может быть саморазрушительной, т. е. другие страны могут отреагировать на неё введением тарифов и т. п. на экспорт из страны А, в результате чего пострадают экспортёры всех стран. Для того чтобы избежать подобных конфликтов, создаются различные международные организации, регулирующие международную торговлю и валютную сферу.

См. ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД, СТИМУЛЫ К ЭКСПОРТУ, ОГРАНИЧЕНИЯ ИМПОРТА, ГРЯЗНОЕ ПЛАВАНИЕ, ДЕМПИНГ.

ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ (*prices and incomes policy*) — политика, связанная с контролем ИНФЛЯЦИИ с помощью *прямых* попыток ликвидировать или уменьшить ИНФЛЯЦИОННУЮ СПИРАЛЬ роста цен и ставок заработной платы, в отличие от дефляционных ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ, которые действуют *косвенными* методами для достижения тех же целей. Логическое обоснование политики цен и доходов состоит в том, что в то время как дефляционные фискальная политика и кредитно-денежная политика могут контролировать инфляцию лишь путём увеличения уровня безработицы, политика цен и доходов, если строго ей следовать, может контролировать инфляцию и поддерживать высокий уровень занятости.

Политика цен и доходов может применяться на добровольной или принудительной основе. В первом случае государство призывает фирмы не завышать чрезмерно цены, а профсоюзы — умерить свои требования о повышении заработной платы. Однако ввиду большой неопределённости таких призывов заинтересованные круги обычно быстро справляются с ними.

Политика, установленная законом, имеет больше шансов на успех, особенно если она предусматривает серьёзные наказания для тех, кто не выполняет предписанные правила. Типичные элементы узаконенной политики: (а) исходное краткосрочное (6 месяцев — 1 год) замораживание роста цен, заработных плат, дивидендов и т. д.; (б) последующий период (обычно «фазированный» для постепенного ослабления контроля), в котором (а) устанавливаются «нормы» разрешенного роста цен и заработных плат, скажем 3% в год, или (в) (в особых случаях) устанавливаются схемы связи разрешенных увеличений заработных плат и цен с ростом, например, непоглощаемых затрат (в случае роста цен) и с увеличением производительности (в случае роста заработных плат). Последний способ требует учреждения регулирующих организаций (таких как Национальный совет по ценам и доходам, Комиссия по ценам, Комитет по оплате труда, которые действовали в Великобритании) для того, чтобы гарантировать выполнение установленных норм увеличения цен и заработных плат.

Сторонники политики цен и доходов рассматривают её как успешный способ смягчения инфляционных ожиданий и тем самым — устранения опасности увеличения темпов инфляции. Однако необходимо учитывать, что такая политика вмешивается во взаимодействие рыночных сил и, следовательно, может привести к искажениям на рынках благ и факторов.

См. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.

ПОЛНАЯ ЗАНЯТОСТЬ (full employment) — полное использование всех трудовых ресурсов (и капитала), которыми располагает данная страна. Полная занятость обеспечивает максимально возможный ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ и является одной из главных целей МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ.

В действительности 100%-ная занятость не может быть достигнута. Небольшой уровень безработицы будет всегда неизбежно иметь место из-за текучести рабочей силы, причём людям приходится затрачивать известное время на поиск и выбор новой работы, а также вследствие структурных изменений в экономике (потеря рабочих мест в отраслях, приходящих в упадок), которые заставляют людей переходить на новые рабочие места, создаваемые в растущих секторах экономики. Поэтому сама собой напрашивается более реалистичная интерпретация полной занятости: полная занятость достигается в том случае, когда число официально зарегистрированных безработных (см. УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ) равно числу вакантных рабочих мест (см. УРОВЕНЬ ВАКАНСИЙ). Однако даже эти показатели не дают точной оценки, поскольку многие категории людей,

такие как домохозяйки и пожилые рабочие, могут не регистрироваться в качестве безработных, если шансы получения ими работы невелики, несмотря даже на их желание работать (СКРЫТАЯ БЕЗРАБОТИЦА).

Для решения макроэкономических задач большинство правительств определяет полную занятость исходя из некоего «целевого» уровня безработицы (например, 5% всей рабочей силы), хотя величина целевого уровня редко оглашается.

См. БЕЗРАБОТИЦА, ФИКСИРОВАННЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ПОЛНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ (freehold property) — собственность, которая принадлежит фирме или индивиду непосредственно. Ср. АРЕНДУЕМАЯ СОБСТВЕННОСТЬ.

«**ПОЛУЧАТЕЛЬ ЦЕНЫ**» (price taker) — ФИРМА, продающая свою продукцию по фиксированной ЦЕНЕ, которая определена рыночными силами (как в случае СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ) или установлена правительством в соответствии с политикой КОНТРОЛЯ НАД ЦЕНАМИ.

ПОРТФЕЛЬ (portfolio) — набор ЦЕННЫХ БУМАГ, таких как акции и облигации, который принадлежит инвестору. Обычно инвестор стремится держать различные ценные бумаги, чтобы уменьшить свой РИСК. Некоторые ценные бумаги приносят высокие краткосрочные ДИВИДЕНДЫ, другие предполагают долгосрочное повышение их ценности за счёт роста их рыночных цен. Кроме того, инвесторы могут держать ценные бумаги с различной ВРЕМЕННОЙ СТРУКТУРОЙ и, таким образом, добиваться того, что доходы по ценным бумагам поступают в разные (предопределённые) моменты времени.

См. ТЕОРИЯ ПОРТФЕЛЯ, РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ.

ПОРЯДКОВАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ — см. ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ.

ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ (after-sales service) — предоставление поставщиком или его агентом *технических услуг* клиенту, после того как последний приобрёл его изделие. Послепродажное обслуживание включает в себя замену неисправных изделий или деталей, ремонт и регулярное техобслуживание изделия. Эти услуги зачастую оказываются бесплатно в течение определённого периода, на который выдаётся гарантия качества и функционирования изделия, а затем — за небольшую плату, что позволяет фирме постоянно поддерживать свою репутацию у клиента. Таким образом, послепродажное обслуживание является важным элементом конкурентной стратегии.

См. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА.

ПОСОБИЕ ПО БЕЗРАБОТИЦЕ (unemployment benefit) — ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ (в денежном или натуральном выражении) безработным (см. БЕЗРАБОТИЦА), осуществляемые для обеспечения им минимального уровня жизни, до тех пор, пока они не найдут новую оплачиваемую работу. В большинстве стран рабочие выплачивают ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ, получая в обмен право на пособие по безработице.

См. также ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ, ПОСОБИЯ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ.

ПОСОБИЕ ПО БОЛЕЗНИ (sickness benefit) — ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ в денежной или натуральной форме лицам, не способным работать из-за болезни, чтобы обеспечить им прожиточный минимум до тех пор, пока они не смогут вернуться к оплачиваемой работе. В большинстве стран наёмные работники выплачивают по месту работы ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ, приобретая право получать пособие в случае болезни.

См. также ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ, ПОСОБИЯ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ.

ПОСОБИЯ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ (social security benefits) — пособия, предоставляемые членам общества с низким доходом, таким, как безработные, вышедшие в отставку, нетрудоспособные, лица из неполных семей и т. д. Пособия по социальному обеспечению могут предоставляться в денежной форме (например, в виде пособий по безработице, пенсий и т. д.) или натуральной форме (например, в виде талонов на одежду, продуктовых карточек и т. д.). В некоторых странах применяется ПРОВЕРКА НА ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ для выявления правомерности назначения пособий.

В отдельных случаях сочетание системы пособий по социальному обеспечению с системой ПРОГРЕССИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ может привести к ослаблению стимулов к поиску работы.

См. ЛОВУШКА БЕДНОСТИ, ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ПОДХОДНЫЙ НАЛОГ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ПОСРЕДНИК (middleman) — торговец или фирма, предоставляющая услуги по посредничеству в сделках между двумя сторонами, производителем и потребителем или продавцом и покупателем. ОПТОВЫЕ ТОРГОВЦЫ могут рассматриваться как посредники, поскольку они часто оказывают услуги по распределению товара между производителями и розничными продавцами, получая КОМИССИОННЫЕ или торговую наценку. Другими примерами посредников являются АГЕНТЫ по недвижимости и страховые агенты.

ПОСРЕДНИЧЕСТВО 1 (mediation) — процедура разрешения конфликтов, главным образом ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОНФЛИКТОВ, при которой нейтральная третья сторона встречается с конфликтующими сторонами, стараясь помочь им в устранении расхождений и достижении соглашения путём переговоров. В некоторых странах «согласительная процедура» отличается от посредничества по допустимой степени вмешательства примирителя или посредника в процесс урегулирования конфликта. Примиритель должен воздерживаться от высказываний собственных предложений по поводу возможных решений, а от посредника, напротив, ожидают таких предложений. Обе формы вмешательства предполагают выход из процесса переговоров третьей стороны при любом результативном решении, с которым согласились все спорящие стороны.

В Великобритании эту деятельность осуществляют КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ, АРБИТРАЖНАЯ И ЭКСПЕРТНАЯ СЛУЖБЫ.

См. также ТРЕТЕЙСКИЙ СУД, ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ, ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ.

2. (intermediation) — роль финансовых институтов в движении СБЕРЕЖЕНИЙ и других депозитов от КРЕДИТОРА к ЗАЕМЩИКАМ. Финансовые посредники, такие как КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ и СТРОИТЕЛЬНЫЕ ОБЩЕСТВА, принимают вклады от физических лиц и организаций, а затем используют их для выдачи ССУД кредитоспособным клиентам. Доход посредников состоит в разнице ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК по вкладам и по займам.

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА, ДЕЗИНТЕРМЕДАЦИЯ.

ПОСТОЯННАЯ ОТДАЧА (constant returns) — в коротком ПЕРИОДЕ постоянная отдача ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА имеет место, когда каждая добавочная единица переменного ресурса при данном количестве ПОСТОЯННОГО ФАКТОРА приносит одно и то же приращение объёма продукции. При неизменной цене переменного ресурса постоянная отдача обуславливает постоянство переменных единичных затрат производства в коротком периоде при любом объёме выпуска.

См. ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА.

В длительном ПЕРИОДЕ постоянная отдача имеет место, когда пропорциональное увеличение затрат всех факторов производства вызывает такое же относительное приращение объёма выпуска продукции. Это означает, что долгосрочные издержки производства на единицу продукции остаются постоянными до тех пор, пока не меняются цены факторов.

См. МИНИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ, ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА.

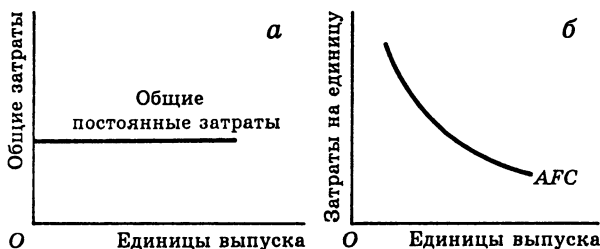


Рис. 86. Постоянные затраты. а. Платежи за использование ПОСТОЯННЫХ РЕСУРСОВ (здания, оборудование и т. п.), которые должны осуществляться независимо от того, высок или низок уровень выпуска. б. Непрерывно убывающие по мере роста выпуска средние постоянные затраты (AFC), так как данная сумма постоянных затрат распределяется на все большее число единиц выпуска.

ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ (fixed costs) — любые затраты в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ, которые не изменяются с уровнем выпуска продукции. Они включают в себя такие статьи, как РЕНТА и АМОРТИЗАЦИЯ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА, величина которых не зависит от изменений объёмов деятельности. Следовательно, с увеличением выпуска постоянные затраты на единицу продукции падают, так как общие постоянные затраты распределяются на больший объём выпуска. См. рис. 86.

Согласно ТЕОРИИ РЫНКОВ, фирма должна покинуть рынок, если её ОБЩАЯ ВЫРУЧКА в ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ недостаточно высока, чтобы покрыть и общие постоянные затраты, и общие ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ. Однако в коротком периоде фирма может оставаться на рынке до тех пор, пока она в состоянии покрывать общие переменные затраты и частично погашать общие постоянные затраты (см. ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ), даже если она продолжает нести временные убытки.

См. ВЫХОД С РЫНКА.

ПОСТОЯННЫЙ ФАКТОР (РЕСУРС) (fixed factor input) — ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА, объём использования которого не может быть увеличен или уменьшен в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ. Это в особенности относится к использованию капитала в виде зданий или оборудования.

См. ПЕРЕМЕННЫЙ РЕСУРС, ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА, ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ.

ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ДОХОДНОСТЬ АКЦИИ (earnings yield) — ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ за вычетом налогов в расчёте на одну обыкновенную акцию (ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ДОХОД НА АКЦИЮ) АКЦИОНЕР-

НОЙ КОМПАНИИ за данный отчётный период, выраженная в процентах от текущего рыночного курса акции. Например, если прибыль за вычетом налогов равна 1 ф. ст. на одну акцию и рыночный курс акции равен 10 ф. ст., то потенциальная доходность акции составит 10%. Потенциальная доходность акции является обратной величиной ОТНОШЕНИЯ ЦЕНА — ПРИБЫЛЬ.

Потенциальная доходность акции зависит от ДИВИДЕНДНОГО ДОХОДА и ПОКРЫТИЯ ДИВИДЕНДА. Например, если дивидендный доход равен 5% и сумма дивидендов в два раза меньше прибыли, то потенциальная доходность акции составит $5\% \times 2$, или 10%.

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ (ВНП) (potential gross national product) — максимальный уровень реального ВЫПУСКА, который экономика способна производить в единицу времени при полном использовании всех доступных ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА. Производственный потенциал зависит от объёма РАБОЧЕЙ СИЛЫ и среднего уровня ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ труда (т. е. объёма выпуска на человека). Уровень производительности, в свою очередь, зависит от состояния технологии, ЗАПАСА КАПИТАЛА на человека и КАПИТАЛОЁМКОСТИ.

Потенциальный ВНП вместе с уровнем СОВОКУПНОГО СПРОСА определяет уровень ФАКТИЧЕСКОГО ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА в экономике. Если совокупный спрос меньше потенциального ВНП в некоторый момент времени, то фактический ВНП будет равен совокупному спросу, при этом образуется ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ между фактическим и потенциальным ВНП. Однако при высоком уровне совокупного спроса (превышающем потенциальный ВНП) потенциальный ВНП ограничивает фактический объём выпуска и любое увеличение совокупного спроса приведёт к ИНФЛЯЦИОННОМУ РАЗРЫВУ.

Потенциальный ВНП имеет тенденцию к увеличению со временем в результате роста численности рабочей силы и производительности труда (см. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ). На рис. 87 *пунктирной линией* изображена (гипотетическая) траектория изменения ВНП за рассматриваемый период времени. Темп роста фактического выпуска (ВНП) за это время (ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ), показанный *сплошной линией*, зависит как от потенциального ВНП, так и от уровня роста совокупного спроса. Когда совокупный спрос соответствует (или превышает) потенциальному ВНП, как в точках *А* и *С* на рисунке, ресурсы экономики используются полностью и производят максимально возможное количество товаров и услуг. Когда совокупный спрос ниже, чем потенциальный ВНП, как в точках *В* и *Д*, некоторые ресурсы экономики вообще не используются (см. БЕЗРАБОТИЦА) или используются в недостаточной степени. И наконец,

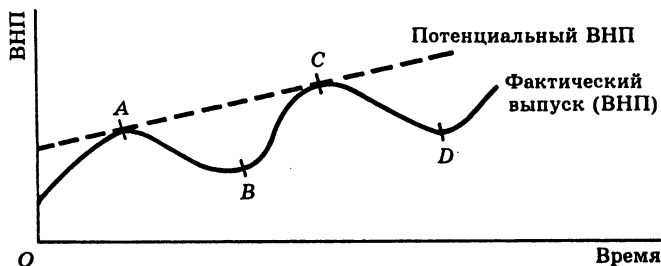


Рис. 87. Потенциальный валовой национальный продукт. Разница между потенциальным ВВП и фактическим ВВП.

когда совокупный спрос в точности соответствует потенциальному ВВП, достигается уровень совокупного спроса, обеспечивающий полную занятость.

На практике довольно трудно измерить уровень и темпы роста потенциального ВВП.

См. также ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ.

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ДОХОД НА АКЦИЮ (earnings per share) — ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ за вычетом налогов, начисляемая владельцам обыкновенных акций АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, деленная на количество ОБЫКНОВЕННЫХ АКЦИЙ.

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КОНКУРЕНТ (potential entrant) — ФИРМА, стремящаяся и способная войти на РЫНОК. В ТЕОРИИ РЫНКОВ потенциальный вход превращается в реальный тогда, когда: (а) фирмы, действующие на рынке, получают СВЕРХПРИБЫЛИ; (б) новая фирма способна преодолеть БАРЬЕР ВХОДА.

Реальный новый вход играет важную регулирующую роль в устранении сверхприбылей и увеличении рыночного предложения (см., например, СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ). Однако даже просто угроза потенциального входа может быть эффективной для того, чтобы гарантировать, что существующие фирмы обеспечивают эффективность рынка и назначают цены в соответствии с затратами производства.

Потенциальными конкурентами могут быть: новые фирмы; фирмы, регулярно снабжающие рынок ресурсами или являющиеся регулярными потребителями (вертикальный вход); фирмы, которые действуют на других рынках и которые ищут новые направления для расширения своей деятельности (диверсифицированный вход).

См. также УСЛОВИЯ ВХОДА, ВХОД НА РЫНОК, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, РЫНОК ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ.

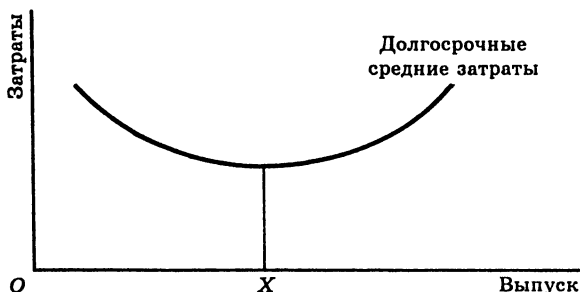


Рис. 88. Потери от масштаба. Правее точки X фирма сталкивается с потерями от масштаба, когда увеличение выпуска сопровождается ростом средних затрат.

ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА (diseconomies of scale) — возможное увеличение в длительном периоде **СРЕДНИХ ЗАТРАТ** в результате повышения масштаба выпуска фирмы над какой-либо критической точкой.

Первоначально при расширении выпуска долгосрочные средние затраты, как правило, снижаются, отражая действие **ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА**, но после перехода определённой точки долгосрочные средние затраты начинают расти. См. рис. 88.

Чаще всего в качестве причин такого рода потерь называют трудности, связанные с управлением и координацией крупномасштабных операций, и проблемы в области трудовых отношений на больших предприятиях.

См. **МИНИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ**, **ВНЕШНИЕ ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА**.

ПОТОВАРНЫЙ НАЛОГ (specific tax) — **НАЛОГ**, которым облагается по фиксированной ставке каждая физическая единица продукции.

См. **НАЛОГ AD VALOREM**, **НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ**.

ПОТОК (flow) — величина, значения которой соответствуют определённым периодам времени. В отличие от **ЗАПАСА**, величина которого определена не для периода, а для момента времени, поток измеряет количество чего-либо в минуту, час, день и т. д. Обычно в качестве аналогии приводится резервуар. Вода, поступающая в резервуар и выходящая из него, представляет собой поток, тогда как вода, находящаяся в резервуаре в какой-либо момент времени, есть запас. **ДОХОД** является потоком, а **имущество** — это запас.

ПОТОЛОК ЦЕНЫ (price ceiling) — максимальная цена, которая может быть назначена за ПРОДУКТ. Потолок цены устанавливается государством. Ср. НИЖНЯЯ ГРАНИЦА ЦЕНЫ.

См. КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ, ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ.

ПОТРЕБИТЕЛЬ (consumer) — основная потребляющая и предъявляющая спрос единица в экономической теории. В экономической теории потребляющей единицей может быть отдельный покупатель товара или услуги, ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО (группа индивидов, принимающих совместные решения относительно покупок) либо государство.

См. ПОКУПАТЕЛЬ.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ (consumer goods) — любые продукты (типа стиральных машин, пива, игрушек), которые покупаются потребителями, а не предприятиями. Ср. КАПИТАЛЬНЫЕ БЛАГА, ТОВАРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (consumer durables) — такие ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ, как дома, машины, телевизоры, которые «потребляются» не сразу, а на протяжении длительного времени. Ср. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ КРАТКОВРЕМЕННОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ КРАТКОВРЕМЕННОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (consumer nondurables) — ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ, которые расходуются и приносят удовлетворение, или ПОЛЕЗНОСТЬ, непосредственно во время их потребления. К таким товарам относятся, например, пиво, бифштекс или сигареты. Ср. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ (consumer credit) — ЗАЕМ, предоставляемый покупателям товаров и услуг, с помощью которого финансируется их покупка. К потребительскому кредиту относятся КРЕДИТ В РАССРОЧКУ, БАНКОВСКАЯ ССУДА и КРЕДИТНЫЕ КАРТОЧКИ.

ПОТРЕБЛЕНИЕ (consumption) — получение ПОТРЕБИТЕЛЯМИ удовлетворения от использования товаров и услуг. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (например, стиральные машины) «потребляются» на протяжении длительного периода времени, тогда как такие продукты, как кексы, потребляются сразу же после покупки. Удовлетворение потребителей от потребления конкретного продукта отражается КРИВОЙ СПРОСА на этот продукт.

См. ПОТРЕБНОСТИ, СПРОС.

ПОТРЕБЛЕНИЕ КАПИТАЛА (capital consumption) — уменьшение ЗАПАСА КАПИТАЛА страны, используемого в производстве

валового национального продукта (ВНП) данного года. Для того чтобы сохранить на прежнем уровне (или увеличить) ВНП следующего года, часть новых инвестиций должна быть направлена на возмещение изношенного и вышедшего из употребления основного капитала. Потребление капитала представляет собой сумму начисленной АМОРТИЗАЦИИ фирм в течение данного года.

ПОТРЕБНОСТИ (wants) — желание получения ТОВАРОВ и УСЛУГ. Попытки удовлетворить потребности формируют основу всех видов экономической деятельности. Потребности выражаются на рынке не необходимостью или желанием, но готовностью и способностью действительно купить товар или услугу (см. СПРОС).

См. ЭКОНОМИКА 1.

ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ (public-sector borrowing requirement (PSBR)) — превышение ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ над доходами от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, требующее от правительства компенсировать разницу с помощью займа денег у банковской системы (посредством эмиссии КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ) или у общества (посредством эмиссии долгосрочных ОБЛИГАЦИЙ). БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ используется в качестве инструмента ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ как средство увеличения общих расходов (СОВОКУПНОГО СПРОСА) в экономике.

Размер номинальных займов государственного сектора зависит не только от планируемых расходов государства и его дохода от налогообложения (т. е. от ФИСКАЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ), но также и от уровня экономической активности и темпа инфляции.

Колебания экономической активности ведут к изменениям потребностей в займах. Эти потребности имеют тенденцию увеличиваться во время спада, когда общая сумма налоговых поступлений падает, а выплаты пособий по социальному обеспечению растут в ответ на снижение доходов и рост безработицы, и уменьшаться во время экономического подъёма, когда общая сумма налоговых поступлений растёт, а выплаты пособий по социальному обеспечению сокращаются в ответ на рост доходов и снижение безработицы (см. АВТОМАТИЧЕСКИЕ (ВСТРОЕННЫЕ) СТАБИЛИЗАТОРЫ). Для того чтобы устранить воздействие на потребности в займах со стороны циклических колебаний экономической активности, связанных с ДЕЛОВЫМИ ЦИКЛАМИ, необходимо подчитать *циклически скорректированные* заёмные потребности. Устраняя воздействие эффекта циклических колебаний на состояние государственного бюджета, циклически скорректированные заёмные потребности характеризуют их возможный уровень при «трендовом» уровне экономической активности.

ИНФЛЯЦИЯ также воздействует на номинальные потребности государственного сектора в займах, так как если большая часть долга государственного сектора определена в номинальном выражении, его реальная ценность падает обратно пропорционально темпу инфляции, снижая реальную ценность государственных обязательств. Реальный уровень заёмных потребностей определяется по текущему с учётом воздействия инфляции на реальную стоимость запаса долга государственного сектора (потребности государственного сектора в займах, *скорректированные с учётом инфляции*). Таким образом, для данных реальных заёмных потребностей более высокий темп инфляции подразумевает высокий номинал этих потребностей. При учёте эффекта инфляции 1970-х гг. высокий номинальный уровень займов (обозначающий большой финансовый дефицит) показывает достаточно скромный уровень реальных заёмных потребностей (обозначающий финансовый избыток). Государственный сектор накапливает номинальный запас своего долга с темпом меньшим, чем темп, с которым инфляция фактически уменьшает ценность займов, полученных в прошлом.

Существуют три основных способа, с помощью которых государство может финансировать свои заёмные потребности:

(а) заём денег у частных лиц, фирм и финансовых структур частного сектора путём продажи государственных облигаций и векселей; установление высоких процентных ставок по этим ценным бумагам сделает государственный долг привлекательным для кредиторов;

(б) заём денег у зарубежных кредиторов путём продажи государственных ценных бумаг; такие займы воздействуют на платёжный баланс;

(в) краткосрочный денежный заём у системы коммерческих банков путём продажи им казначейских векселей. Это способствует увеличению резервных активов банков, позволяя им, в свою очередь, увеличивать предоставляемые ими кредиты.

Первые два способа финансирования заёмных потребностей государственного сектора (продажа облигаций небанковскому частному сектору) могут привести к увеличению процентных ставок, но из-за того, что они обеспечивают стабильное (как правило, долгосрочное) финансирование государственных займов, они не оказывают влияния на ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ. Напротив, если государство не может финансировать все свои финансовые потребности из двух первых источников, оно должно обратиться за займом к банковской системе. Это практически аналогично дополнительной денежной эмиссии и ведёт к увеличению предложения денег.

Займы государственного сектора могут способствовать вытеснению (см. ЭФФЕКТ ВЫТЕСНЕНИЯ) частного сектора. Во-первых, с помощью облегчения большей части государственных расходов эти займы могут привести к реальному вытеснению, так как государственный сектор использует большую часть национальных ресурсов, оставляя меньшую на частные потребительские расходы, инвестиции и экспорт. Во-вторых, дополнительный государственный заём приведёт к увеличению процентных ставок и, таким образом, вызовет финансовое вытеснение, так как частные инвестиции снижаются из-за высоких процентных ставок.

Начиная с 1980 г. британское правительство публиковало СРЕДНЕСРОЧНУЮ ФИНАНСОВУЮ СТРАТЕГИЮ, которая предусматривает определение ежегодных целевых показателей для заёмных потребностей государственного сектора, выраженных в процентах от ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА, хотя в 1990 г. эта стратегия стала иметь меньшее значение.

Если доходы государства от налогообложения превышают его расходы, то это приводит к отрицательным заёмным потребностям или к погашению долга государственного сектора (осуществляется погашение долгов прошлых лет).

См. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ, МОНЕТАРИЗМ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ, ВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ.

ПОЧТИ ДЕНЬГИ (near money) — любые легко реализуемые (ликвидные) АКТИВЫ, которые выполняют функцию ДЕНЕГ как СРЕДСТВА СБЕРЕЖЕНИЯ, но не являются общепринятым СРЕДСТВОМ ОБМЕНА. НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ (банкноты и монеты) служат средством сбережения и, будучи наиболее ликвидным из всех активов, являются общепринятым средством ПЛАТЕЖА. Однако депозиты строительных обществ, сберегательные вклады и казначейские векселя менее приемлемы для осуществления платежей и, таким образом, функционируют как почти деньги.

См. ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДЕНЕЖНОЙ МАССЫ.

ПРАВИЛО ЗДРАВОВОГО СМЫСЛА (rule of reason) — индивидуальный подход к анализу элементов РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ (например, СОГЛАШЕНИЙ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ) и РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЫ (СЛИЯНИЙ) в рамках ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ в ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ для определения того, дают ли они экономический эффект, являются ли они выгодными или убыточными в целом.

ПРАВИЛО ПРОИСХОЖДЕНИЯ (local content rule or rule of origin) — правило, согласно которому какой-либо продукт может рассматриваться как произведённый в данной стране (продукт

местного производства) только в том случае, если он изготовлен большей частью из отечественных, а не импортных компонентов. Правила происхождения используются государством главным образом для пресечения деятельности так называемых «отверточных» предприятий, производящих конечные продукты из импортных компонентов. Эти предприятия создаются для обхода ТАРИФОВ, КВОТ и УРАВНИТЕЛЬНЫХ ПОШЛИН, налагаемых на импортируемые конечные продукты.

Применение правил происхождения на практике ставит ряд проблем, например определение той доли отечественного сырья в конечном продукте, которая необходима, чтобы продукт можно было бы отнести к категории отечественных, а также практическое измерение этой доли (количество, стоимость компонентов и т. д.).

См. ПРОТЕКЦИОНИЗМ, СВИДЕТЕЛЬСТВО О ПРОИСХОЖДЕНИИ.

ПРАВИТЕЛЬСТВО (government) — верховный руководящий орган страны, который отвечает за национальную безопасность, поддерживает порядок и законность и т. д. Экономическая роль правительства (государства) зависит от общественно-политической системы данной страны, варьируя между двумя полярными типами экономики — ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКОЙ и ЭКОНОМИКОЙ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. В первом случае правительство играет всеобъемлющую роль, зачастую являясь собственником большей доли экономических ресурсов и определяя, какие продукты следует производить. Во втором случае, когда ресурсы находятся в частных руках и рынки служат главным механизмом размещения ресурсов, правительство играет более ограниченную роль, влияя лишь на общий уровень экономической активности путём УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ и перераспределения дохода и богатства.

См. СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ.

ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (intellectual property right) — законное право физического или юридического лица на владение АВТОРСКИМИ ПРАВАМИ, ПАТЕНТАМИ, ТОРГОВЫМИ ЗНАКАМИ, связанными с определённым изделием или производственным процессом, которое защищает собственника от несанкционированной подделки или копирования его продукции. Такие права собственности являются важным элементом ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА и дают временные монопольные преимущества (см. МОНОПОЛИЯ) производителям (поставщикам).

ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА (marginal revenue) — прирост ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ от продажи дополнительной единицы товара. В усло-



Рис. 89. Предельная выручка. а. Дополнительная единица выпуска добавляет точно такую же сумму к общей выручке, как и предыдущие единицы выпуска. б. При несовершенной конкуренции (например, монополистической конкуренции) фирма сталкивается с понижающейся кривой спроса, и соответственно для того, чтобы продать больше единиц выпуска, цену нужно понизить. Предельная выручка меньше цены: продажа каждой дополнительной единицы снижает цену, по которой продаются все предыдущие единицы выпуска.

виях **СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ** фирма сталкивается с горизонтальной кривой **СПРОСА** при существующей рыночной цене (предельная выручка равна цене). См. рис. 89а. Соотношение предельной выручки и **ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ** определяет объём выпуска, при котором фирма достигает своей цели — **МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ**.

См. **СРЕДНЯЯ ВЫРУЧКА**, **ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА**, **ЛОМАНАЯ КРИВАЯ СПРОСА**, **МОНОПОЛИЯ**.

ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ЗАМЕНЫ (marginal rate of substitution) — соотношение **ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОЛЕЗНОСТЕЙ** каких-либо двух благ. Она измеряется наклоном **КРИВОЙ БЕЗРАЗЛИЧИЯ** между этими двумя благами. Потребляя большее количество одного из продуктов (**A**), индивид насыщает свою потребность в нем и согласится отдать меньшее количество альтернативного блага (**B**), для того чтобы получить большее количество единиц блага **A** (уменьшающаяся предельная норма замены). Чтобы максимизировать полезность, потребитель должен приравнять соотношение предельных полезностей двух любых благ к соотношению их цен (см. **РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ**).

Для экономики в целом оптимальное распределение национального объёма выпуска достигается, когда предельная норма замены одинакова для всех потребителей.

См. **ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО**, **ЯЩИК ЭДЖУОРТА**.

ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАМЕЩЕНИЯ (marginal rate of technical substitution) — показатель соотношения ПРЕДЕЛЬНОГО ФИЗИЧЕСКОГО ПРОДУКТА двух ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА в производственном процессе, или количество, на которое можно сократить затраты фактора X и поддержать тот же уровень выпуска, заменив его добавочной единицей фактора Y . Эта характеристика производства отображается наклоном ИЗОКВАНТЫ. Стремясь минимизировать затраты, производитель должен добиться равенства соотношения предельного физического продукта двух факторов расхода (наклон изокванты) соотношению цен этих факторов (наклон ИЗОКОСТЫ).

См. КАРТА ИЗОКВАНТ.

ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ТРАНСФОРМАЦИИ (marginal rate of transformation) — соотношение ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ производства двух продуктов. Показывает, на сколько единиц может быть увеличен выпуск одного из продуктов в результате уменьшения на единицу выпуска другого продукта и соответствующего перемещения ограниченных ресурсов. Изображается наклоном КРИВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ.

Для экономики в целом оптимальная структура национально-го объёма выпуска достигается, когда предельная норма трансформации производимых товаров равна соотношению их цен.

См. ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (marginal utility) — приращение степени удовлетворения (ПОЛЕЗНОСТИ), достигаемое потребителем при ПОТРЕБЛЕНИИ или использовании дополнительной единицы товара или услуги за определённый период времени. Например, если потребитель, съев три плитки шоколада, ест четвёртую, то ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ повысится, а если он съест и пятую, то она будет продолжать расти. Тем не менее предельная (приростная) полезность от потребления пятой плитки шоколада, очевидно, не будет столь же велика, как предельная полезность от потребления четвёртой, т. е. потребитель сталкивается с УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТЬЮ по мере насыщения потребности в данном благе.

Большинство товаров и услуг проявляют свойство убывающей предельной полезности, и покупатели стремятся платить все меньше за добавочные единицы этих продуктов, так как последнее приносит все меньшую степень удовлетворения. Это объясняет, почему КРИВАЯ СПРОСА на эти продукты имеет отрицательный наклон.

См. КАРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО, ПАРАДОКС ЦЕННОСТИ.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ ДЕНЕГ (marginal utility of money) — возрастание степени удовлетворения (ПОЛЕЗНОСТИ), достигаемое индивидом при расходовании дополнительной единицы ДЕНЕГ на приобретение товаров и услуг.

ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ (marginal propensity to import (MPM)) — доля изменения НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, расходуемая на ИМПОРТ.

$$MPM = \frac{\text{изменение объёма импорта}}{\text{изменение дохода}}.$$

В свою очередь изменение объёма импорта может быть выражено как доля изменения РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

См. СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ, МУЛЬТИПЛИКАТОР.

ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ (marginal propensity to tax (MPT)) — доля изменения НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, аккумулированная НАЛОГООБЛОЖЕНИЕМ:

$$MPT = \frac{\text{изменение налоговых сборов}}{\text{изменение дохода}}.$$

См. СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ, МУЛЬТИПЛИКАТОР, УРОВЕНЬ ПРЕДЕЛЬНОГО НАЛОГА.

ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К ПОТРЕБЛЕНИЮ (marginal propensity to consume (MPC)) — доля изменения НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, расходуемая на потребление:

$$MPC = \frac{\text{изменение потребления}}{\text{изменение дохода}}.$$

В свою очередь изменение потребления может быть выражено как доля изменения РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

См. РАСХОДЫ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ, СКЛОННОСТЬ К ПОТРЕБЛЕНИЮ, МУЛЬТИПЛИКАТОР.

ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ (marginal propensity to save (MPS)) — доля изменения НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, остающаяся в сбережениях (см. СБЕРЕЖЕНИЯ):

$$MPS = \frac{\text{изменение сбережений}}{\text{изменение дохода}}.$$

В свою очередь изменение сбережений может быть выражено как доля РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

См. СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ, МУЛЬТИПЛИКАТОР.

ПРЕДЕЛЬНАЯ СТАВКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ (marginal rate of taxation) — ставка НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ добавочной единицы ДОХОДА индивида. Например, в структуре ПРОГРЕССИВНОГО НА-

ЛОГООБЛОЖЕНИЯ, если индивид выплачивает налог в размере 30% с дохода 15000 ф. ст., а с более высокого дохода должен выплачивать 40%, то предельная ставка налогообложения дохода в 15 001 ф. ст. будет равна 40%: дополнительный налог с последнего фунта стерлингов взимается по ставке 40%.

См. БАЗОВАЯ СТАВКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, СРЕДНЯЯ СТАВКА НАЛОГА, СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ, ПРОПОРЦИОНАЛЬНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ (marginal efficiency of capital/investment) — НОРМА ПРИБЫЛИ, ожидаемой при вложении дополнительных денежных единиц ИНВЕСТИЦИЙ. Предельная эффективность инвестиций падает с увеличением объёма инвестиций (см. рис. 90а). Это происходит потому, что первоначальное инвестирование сосредоточивается на «лучших» возможностях и приносит высокую норму прибыли; дальнейшие инвестиции менее производительны и сопровождаются меньшей отдачей.

Объём принимаемых инвестиций зависит не только от ожидаемых прибылей, но также и от стоимости капитала, в частности ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ. Инвестиции будут прибыльными до тех пор, пока их предельная эффективность не сравняется со СТОИМОСТЬЮ КАПИТАЛА. На рис. 90а при 20%-ной ставке целесообразны вложения лишь в размере ОХ. Падение ставки до 10% увеличивает количество прибыльных инвестиций до ОУ.

Из рис. 90а видно, что существует связь между денежной сферой экономики и реальной экономикой: снижение процентных ставок стимулирует инвестиции, что, в свою очередь, имеет результатом возрастание уровня национального дохода (см. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ).

Если ОЖИДАНИЯ меняются и инвесторы предполагают получить большие прибыли от инвестиций вследствие, например, технического прогресса, то при той же самой ставке процента (20% в нашем случае) будет осуществлено больше инвестиций, чем прежде. Другими словами, произойдёт сдвиг кривой предельной эффективности инвестиций вправо, как показано на рис. 90б, и инвестиции увеличатся с ОХ до ОZ.

Среди экономистов нет единства во взглядах по поводу чувствительности инвестиций по отношению к изменениям процентной ставки. Некоторые приверженцы кейнсианства утверждают, что инвестиции зависят в большей степени от ожидаемых прибылей, чем от ставки процента, так что даже значительное изменение последней слабо влияет на инвестиции (кривая предельной эффективности капитала/инвестиций является весьма крутой). Таким образом, эти экономисты заявляют, что КРЕ-

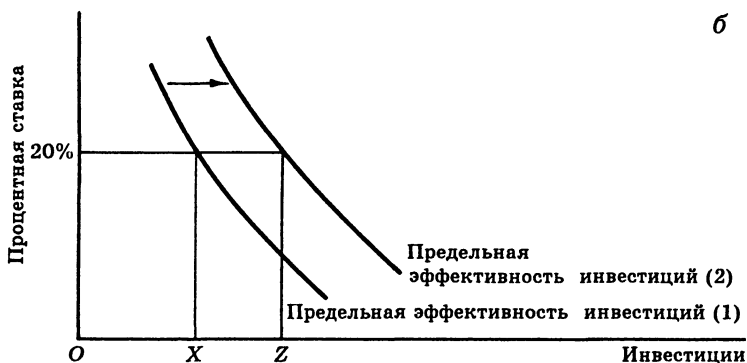
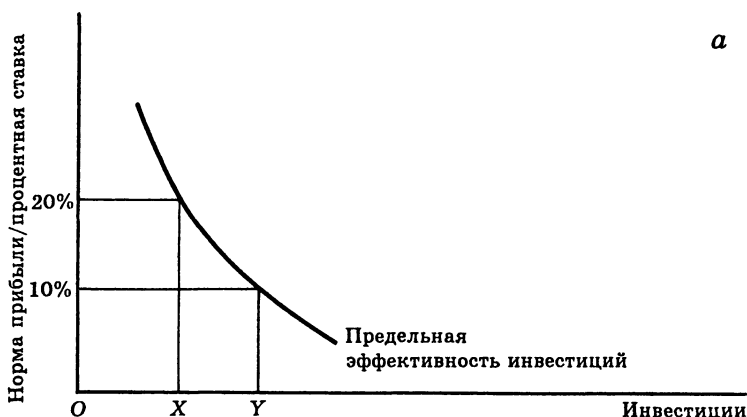


Рис. 90. Предельная эффективность капитала/инвестиций.

ДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА не может быть достаточно эффективной в своём воздействии на уровень инвестиций в экономике. В противоположность им монетаристы (см. **МОНЕТАРИЗМ**) утверждают, что инвестиции весьма чувствительны к изменениям ставок процента, так что даже небольшое изменение этих ставок существенно влияет на инвестиции (кривая эффективности капитала/инвестиций является весьма пологой). Таким образом, монетаристы заявляют, что денежная политика — эффективный инструмент воздействия на уровень инвестиций. Статистические данные в большей степени подтверждают правильность кейнсианского подхода, согласно которому ставки процента оказывают лишь ограниченное влияние на инвестиции.



Рис. 91. Предельные затраты.

ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ (marginal cost) — дополнительные затраты (приращение общих ЗАТРАТ), приводящие к увеличению выпуска на одну единицу. Поскольку ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ не изменяются вместе с выпуском, предельные затраты целиком представляют собой ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ. Снижение предельных затрат прежде всего отражает увеличение ОТДАЧИ ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА, при котором издержки растут медленнее, чем объём выпуска, как показано на рис. 91. Однако затем они возрастают вследствие уменьшения отдачи; и в этом случае издержки растут быстрее, чем объём выпуска.

Предельные затраты и ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА определяют такой уровень выпуска, при котором фирма достигает МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ.

ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ ФАКТОРА (marginal factor cost (MFC)) — дополнительные издержки фирмы, связанные с использованием дополнительной единицы ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА. Предельные затраты фактора совместно с ПРЕДЕЛЬНЫМ ФАКТОРНЫМ ДОХОДОМ данного фактора отражают количество ресурсов, потребляемых фирмой, максимизирующей прибыль.

ПРЕДЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ (marginal analysis) — исследование изменений, возникающих при прибавлении (вычитании) дополнительной единицы к (из) некоторой экономической ПЕРЕМЕННОЙ.

См. также ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА, ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К ПОТРЕБЛЕНИЮ, ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ, ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ, ПРЕДЕЛЬНАЯ СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ, ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ЗАМЕНЫ, ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ТРАНСФОРМАЦИИ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ.

ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФАКТОРНЫЙ ДОХОД (marginal revenue product (MRP)) — прирост выручки, достигаемый при использовании дополнительной единицы ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА в производстве и реализации добавочных единиц выпуска. Предельный факторный доход равен произведению ПРЕДЕЛЬНОГО ФИЗИЧЕСКОГО ПРОДУКТА (MPP) данного фактора на ПРЕДЕЛЬНУЮ ВЫРУЧКУ (в случае продуктов, реализуемых на рынках при совершенной конкуренции, предельная выручка равняется цене P , т. е. $MRP = MPP \cdot P$).

Предельный факторный доход вместе с ПРЕДЕЛЬНЫМИ ЗАТРАТАМИ ФАКТОРА показывает, какое количество ресурса фирме необходимо потребить, чтобы максимизировать прибыль. Это может быть проиллюстрировано рассмотрением использования трудовых ресурсов в условиях СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ. На конкурентном РЫНКЕ ТРУДА равновесная СТАВКА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ и количество занятых (соответственно W_e и Q_e^* на рис. 92б)

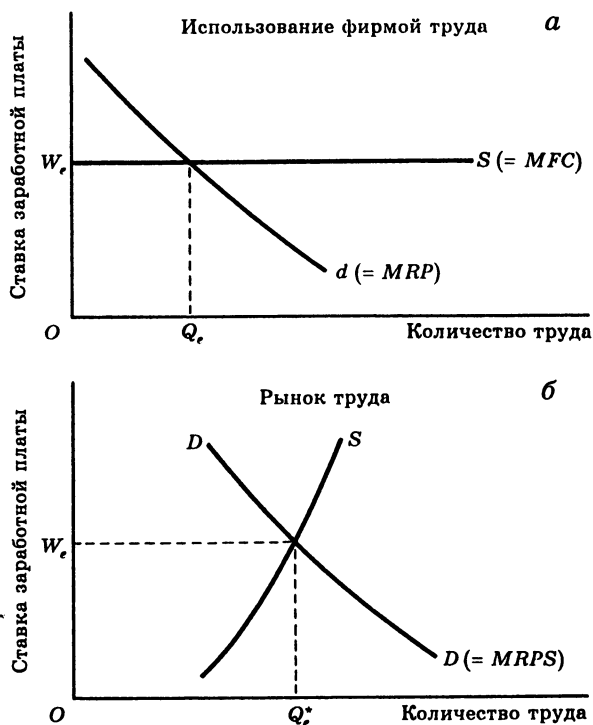


Рис. 92. Предельный факторный доход.

определяются пересечением кривых спроса и предложения труда. Так как каждая фирма нанимает относительно малую часть совокупных трудовых ресурсов, она не способна повлиять на рыночную ставку заработной платы. Таким образом, уровень заработной платы и, следовательно, предельная стоимость труда (МФС) для фирмы постоянны — каждый дополнительный работник прибавляет в точности величину своего заработка к совокупным факторным расходам фирмы (см. рис. 92а). МРР фирмы понижается, так как, несмотря на то, что в условиях конкуренции цена продукта остаётся постоянной, предельный физический продукт падает в соответствии с УБЫВАЮЩЕЙ ОТДАЧЕЙ трудовых затрат.

Фирма будет максимизировать свою прибыль, нанимая дополнительных работников, вплоть до точки (Q_e на рис. 92а), в которой вклад последнего работника в выручку (MRP) будет равен текущему уровню заработной платы (MFC).

ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ (marginal physical product) — дополнительное количество продукта, производимое каждой дополнительной единицей ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА (в сочетании с фиксированным количеством ПОСТОЯННЫХ РЕСУРСОВ). Кривая предельного физического продукта, как показано на рис. 93, вначале круто поднимается, отражая растущую отдачу переменного ресурса, но затем меняет свой наклон на противоположный, что свидетельствует об УБЫВАЮЩЕЙ ОТДАЧЕ переменного ресурса.

См. ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА, КАРТА ИЗОКВАНТ.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ (supply) — объём БЛАГА, предлагаемого ФИРМАМИ на продажу. В экономическом анализе общее предложение блага отражает КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. Ср. СПРОС.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ (money supply) — количество денег, находящихся в обращении в экономике. Предложение денег



Рис. 93. Предельный физический продукт.

может быть определено различными способами (см. ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ), и общий объём денежной массы в обращении зависит от принимаемого определения предложения денег. «Узкие» определения предложения денег включают в себя только активы, обладающие наибольшей ликвидностью (т. е. активы, которые могут быть использованы непосредственно для финансирования сделок, например банкноты и монеты). «Широкие» определения включают в себя и другие активы, менее ликвидные, но тем не менее важные для финансирования расходов (например, ряд депозитов строительных обществ для использования их в сделках должны быть предварительно изъяты, а затем конвертированы в банкноты и монеты).

Величина предложения денег является важным фактором, определяющим уровень расходов в экономике, поэтому контроль над ней является одним из важнейших компонентов в КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКЕ. Однако руководящие денежно-кредитные учреждения из-за множественности возможных определений предложения денег сталкиваются с проблемой выбора наиболее подходящей категории денег в качестве объекта регулирования. Более того, избрав определённую категорию, они встречаются с дополнительной трудностью действенного контроля над ней в связи с потенциальной возможностью перелива активов из одной категории денег в другую. Например, если власти избирают для контроля М3 (в основном — наличные деньги и банковские депозиты), это может оказаться недостаточным для сокращения совокупных расходов. Субъекты хозяйства могут просто использовать свои депозиты в строительных обществах (тип денег М4) или национальные сбережения (тип денег М5) для финансирования текущих покупок.

В 1980-х гг. правительство Великобритании в рамках своей СРЕДНЕСРОЧНОЙ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ установило «целевые пределы» роста — в первую очередь М3, затем М0. В последние годы произошел отказ от формального контроля над предложением денег, хотя власти продолжают наблюдение над М0 и М4 как «индикаторами» общих условий предложения денег в экономике.

См. ЗАКОННОЕ ПЛАТЁЖНОЕ СРЕДСТВО.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПОГЛОЩЕНИИ (takeover bid) — попытка одной ФИРМЫ осуществить ЗАХВАТ другой фирмы путём приобретения большинства акций АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ открытого типа. Финансовые условия такого предложения могут предполагать обмен акций непосредственно на деньги или частично на деньги, а частично на акции фирмы, делающей предложение. Цена, предлагаемая за акцию выбранной компании, обыч-

но превышает ценность материальных активов этой компании и текущую цену её акций на фондовой бирже. Эта ценовая надбавка, предлагаемая фирмой-покупателем, отражает её оценку действительной ценности материальных активов компании, её марки, торговых связей и других активов, учитывающую, что их использование будет более эффективным в рамках общей деятельности фирмы-покупателя. Для описания различных вариантов тактики, которые могут выбрать поглощающая и поглощаемая фирмы, используют целый ряд терминов, включающий в себя следующие:

(а) *«черный рыцарь»* — фирма, чье предложение о покупке акций другой фирмы является для последней нежелательным;

(б) *«золотой парашют»* — условия, включённые в договор о найме с директорами фирмы, обеспечивающие щедрое вознаграждение последних в случае их ухода из фирмы и делающие очень невыгодным увольнение этих директоров, если фирма оказывается захваченной;

(в) *«зелёный щит»* — ситуация, когда акции некоторой фирмы начинают приобретаться (потенциальным) скупщиком, которому затем директора этой фирмы мешают осуществить действительный захват, выкупая у него акции по повышенной цене;

(г) *«скупка при помощи рычага»* — захват, который финансируется главным образом выпуском ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА (часто в форме бросовых облигаций), а не АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА, что увеличивает ЛЕВЕРЕДЖ выросшей фирмы;

(д) *«защита разносчика»* — ситуация, при которой фирма, которую пытались приобрести, сама осуществляет предложение о покупке акций нападавшей фирмы (см. ОБРАТНОЕ ПОГЛОЩЕНИЕ);

(е) *«ложка дёгтя»* — тактика защиты от поглощения, заключающаяся в том, что фирма, выбранная кем-то в качестве жертвы, сама захватывает какую-либо другую фирму или сливается с ней (см. СЛИЯНИЕ) для того, чтобы сделать себя менее привлекательной в финансовом или структурном отношении для потенциального покупателя;

(ж) *«дикобраз»* — любые сложные соглашения между фирмой и её поставщиками, заказчиками или кредиторами, которые делают трудным приобретение компании с целью включения её в собственную деятельность;

(з) *«пугало для хищников»* — любые меры, специально разработанные для того, чтобы отпугнуть желающих захватить компанию. Например, внесение изменений в устав акционерной компании, увеличивающих необходимую для принятия предложения долю голосов акционеров сверх обычных 50%;

(и) «белый рыцарь» — вмешательство в происходящий процесс захвата третьей фирмы, которая сама приобретает ставшую объектом нападения фирму или сливается с ней, чтобы спасти её от непрошеного покупателя.

См. КОДЕКС СИТИ.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПОКУПКЕ (bid) — 1. Предложение одной компании купить все или большинство АКЦИЙ другой компании с целью ПОГЛОЩЕНИЯ. Заявочная цена, предлагаемая фирмой-«хищником» за голосующие акции компании-жертвы, обычно должна превышать текущую рыночную цену этих акций, разница же представляет собой премию, которую фирма-«хищник» должна заплатить за контроль над этой компанией. Однако случается, что после объявления предложения о покупке рыночная цена акций поднимается выше исходной заявочной цены. Такое бывает либо когда инвесторы считают, что заявочная цена ниже действительной стоимости компании, либо когда инвесторы ожидают, например, что другая сторона может предложить более высокую заявочную цену. Предложенная сумма должна выплачиваться или только наличными, или наличными в сочетании с акциями фирмы-покупателя, или исключительно акциями фирмы-покупателя (так называемая «бумажная заявка»). Иногда, чтобы осуществить покупку, компания-«хищник» берёт займы. (См. ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПОГЛОЩЕНИИ.)

2. Заявка — изъявление готовности приобрести товар по цене, предлагаемой продавцом. Это может иметь место на аукционе, когда много покупателей претендуют на предметы, выставленные на продажу. Вещь достаётся тому покупателю, который предложил наивысшую цену, если последняя превышает заранее установленную минимальную цену.

См. АУКЦИОН.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПРОДАЖЕ (offer for sale) — метод увеличения нового АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА посредством выпуска акций компании для широкой публики по запланированной фиксированной цене.

См. ЭМИССИЯ АКЦИЙ.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПРИ НАИМЕНЬШИХ ИЗДЕРЖКАХ (least-cost supply) — предпосылка ТЕОРИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, согласно которой фирмы, максимизирующие прибыль (см. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ), всегда выбирают такую комбинацию ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, которая минимизирует общие затраты производства данного объёма продукции.

См. ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ, ИЗОКВАНТА.

ПРЕДМЕТ РОСКОШИ (luxury product) — благо, объём потребления которого существенно изменяется при изменениях ДОХОДА, например электроприборы, товары для праздников и развлечений. Предметы роскоши обладают ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА ПО ДОХОДУ намного большей, чем единица. Это означает, что с ростом доходов всё большая доля его будет тратиться на приобретение подобных товаров.

См. ТОВАР ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ, ЗАКОН ЭНГЕЛЯ, НОРМАЛЬНЫЙ ТОВАР, НЕПОЛНОЦЕННЫЙ ТОВАР, ТОВАР ГИФФЕНА.

ПРЕДПОЧТЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ (liquidity preference) — предпочтение хранения ДЕНЕГ их инвестированию. КЕЙНС выделял три мотива, побуждающих хранить деньги: (а) ТРАНСАКЦИОННЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ — употребление денег для ежедневного финансирования текущих расходов; (б) СПРОС НА ДЕНЬГИ ИЗ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ — сбережение денег на случай будущих непредвиденных расходов; (в) СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ — сохранение денег в ожидании падения цен активов. Количество денег, сберегаемых для этих целей, зависит от двух основных факторов: ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ и уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

См. ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ.

ПРЕДПОЧТЕНИЯ (preferences) — ВЫБОР, совершаемый потребителем в отношении того, какие блага потреблять. Потребительские предпочтения будут определять, какие блага купят потребители, расходуя свой ограниченный РАСПОЛАГАЕМЫЙ ДОХОД, и тем самым — СПРОС на блага. Наряду с предпочтением определённых благ потребители могут иметь предпочтения в отношении определённой ТОРГОВОЙ МАРКИ.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ (entrepreneur) — индивид, который объединяет и организует ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА, создавая предприятие с целью получения ПРИБЫЛИ. Факторы производства (один или более) из трёх существующих (ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ, ТРУД, КАПИТАЛ) индивид может доставлять сам, но может арендовать или покупать их в расчёте на будущую прибыль. Функция предпринимателя иногда называется *четвёртым фактором производства*.

В XIX в. предприниматель был единоличным собственником, владевшим большинством или всеми факторами производства, но особенно управленческой квалификацией. Появление АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЙ привело к разделению управления и предложения капитала, так что «предприниматель» стал более гипотетическим и абстрактным термином. Этот термин относится к

любому индивиду или группе людей, которые выполняют вышеописанные функции несения риска и организации. В соответствии с традиционной ТЕОРИЕЙ ФИРМЫ предприниматели стремятся максимизировать прибыль; однако с 30-х гг. нашего века все большее число экономистов признаёт, что ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ, влияя на характер поведения групп людей, руководящих корпорациями, может побудить их преследовать цели иные, нежели МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ.

См. ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ.

ПРЕДПРИЯТИЕ (business) — поставщик товаров и услуг. Этим понятием также обозначают фирму. В экономической теории предприятие выполняет две функции. С одной стороны, оно выступает на рынке как производитель товаров и услуг, приобретаемых ДОМАШНИМИ ХОЗЯЙСТВАМИ; с другой стороны, оно покупает у домохозяйств производственные факторы, используемые в производстве этих товаров и услуг. Термин «предприятие» применяется прежде всего в макроанализе (НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД), тогда как термин «фирма» — в микроанализе (СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ).

См. также МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

«ПРЕДСТАВИТЕЛЬНАЯ ФИРМА» («representative firm») — типичная фирма, поставляющая продукцию на некоторый рынок. Понятие «представительная фирма» используется главным образом в анализе условий предложений при СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ и МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ для определения равновесных цены и выпуска отдельной фирмы.

ПРЕЙСКУРАНТНАЯ ЦЕНА (list price) — опубликованная ЦЕНА товара или услуги. Фактическая цена, выплачиваемая покупателем, часто бывает ниже прейскурантной цены, так как поставщики предлагают кассовые и торговые СКИДКИ. Многие производители назначают РЕКОМЕНДУЕМУЮ РОЗНИЧНУЮ ЦЕНУ на свои продукты, но и в этом случае фактическая цена может быть намного ниже рекомендованной, в зависимости от силы конкуренции в розничной торговле.

См. ОПТОВАЯ ЗАКУПКА.

ПРЕМИАЛЬНАЯ ОБЛИГАЦИЯ (premium bond) — ЦЕННАЯ БУМАГА, выпускаемая правительством Великобритании как средство увеличения денежных средств государства и стимулирования частных СБЕРЕЖЕНИЙ. Премияльные облигации имеют низкую номинальную стоимость, по ним не выплачиваются проценты. Кроме того, при их погашении нельзя получить «капитальный выигрыш», поскольку они эмитируются и покупаются по одной

и той же номинальной цене. Привлекательность этой облигации состоит в том, что она даёт шанс игроку выиграть значительную сумму денег в ежемесячной лотерее (выигрышные номера определяются электронной системой «ERNIE»).

ПРЕМИАЛЬНАЯ ОПЛАТА (bonus scheme) — одна из стимулирующих форм оплаты труда, в соответствии с которой ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА индивида или группы увязывается с выполнением индивидом или группой задачи по выпуску продукции. Премияльная оплата часто предусматривает гарантированную базовую ставку зарплаты для работников.

См. ОПЛАТА.

ПРЕМИАЛЬНЫЕ АКЦИИ (bonus shares) — АКЦИИ, выдаваемые АКЦИОНЕРАМ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ вместо денежных дивидендов.

См. БОНУСНАЯ ЭМИССИЯ.

ПРЕМИЯ ЗА РИСК (risk premium) — дополнительный доход на ИНВЕСТИЦИИ, который необходим, чтобы компенсировать принимаемый индивидами и управляющими предприятия риск убытков в случае неудачи инвестиций. Инвесторы в правительственные ОБЛИГАЦИИ, которые связаны с очень маленьким риском банкротства заёмщика, требуют более скромного дохода на такие вложения, чем доход, который они получили бы от инвестиций, скажем, в небольшую недавно созданную компанию, обладающую значительным риском банкротства, в результате которого инвесторы потеряют весь капитал или его часть.

Отношение к риску частично зависит от личных качеств инвестора. Некоторые инвесторы весьма осторожны («не склонны к риску»), и поэтому необходима большая премия, чтобы побудить их к риску. Премия за риск зависит также от размера возможных выгод или убытков. Например, там, где инвестиционный проект связан с риском таких крупных убытков, которые ставят под вопрос существование финансирующей компании, управляющие будут весьма осторожны.

ПРЕМИЯ ПО АКЦИЯМ (share premium) — доходы от выпуска АКЦИЙ по цене, превышающей их номинальную стоимость (см. НОМИНАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ) или текущую рыночную стоимость. Эти доходы прибавляются к РЕЗЕРВАМ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ.

См. ЭМИССИЯ АКЦИЙ.

ПРЕМИЯ ПО ОБЛИГАЦИЯМ (bonus shares) — покупка ОБЛИГАЦИЙ по цене, превышающей номинал. Цена, по которой люди готовы покупать облигации, может быть выше номинала, если

номинальная процентная ставка этой облигации превышает текущие рыночные процентные ставки.

ПРИБЫЛЬ (profit) — разница, возникающая в случае, когда ОБЩАЯ ВЫРУЧКА превышает ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ. Это определение «экономической прибыли» отличается от определения, используемого бизнесменами (*бухгалтерская прибыль*), в котором принимаются во внимание только явные затраты. Экономическая прибыль может рассматриваться как:

(а) выручка, получаемая владельцами компании после осуществления всех ЯВНЫХ ЗАТРАТ (таких, как платежи внешним поставщикам факторов производства) и всех НЕЯВНЫХ ЗАТРАТ (платежи за использование собственных факторов производства — капитала, труда);

(б) вознаграждение предпринимателя за организацию производства, инновацию новых продуктов, несение риска;

(в) главная движущая сила ЭКОНОМИКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, способствующая размещению ресурсов между конкурентными способами использования в соответствии с потребительским спросом;

(г) источник дохода на макроуровне, являющийся, таким образом, частью НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

См. также МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ, НОРМАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ, СВЕРХПРИБЫЛЬ, РИСК И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ, ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ПРИВАТИЗАЦИЯ (privatization) — денационализация производства, которое передаётся из государственной собственности в частную. Объём государственной собственности на средства производства очень сильно зависит от политической идеологии. Сторонники ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ выступают за максимально высокий уровень НАЦИОНАЛИЗАЦИИ, тогда как сторонники ЭКОНОМИКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ратуют за низкий уровень национализации или за её полное отсутствие. Так, в Великобритании широкая программа приватизации, начатая правительством консерваторов в 1980 г., может рассматриваться как политическое предпочтение системы частного предпринимательства. Сторонники приватизации поддерживают идею об экономическом преимуществе свободного предпринимательства над государственным контролем. Они, в частности, утверждают, что фирмы, предоставленные самим себе в условиях конкурирующей рыночной среды, будут способствовать более эффективному размещению ресурсов и будут реагировать на изменения потребительского спроса быстрее, нежели бюрократические государственные монополисты (см. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА).

В этом отношении уместно разграничить отрасли промышленности, которые можно отнести к ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ, и те, которые теоретически могли бы иметь более раздробленную структуру. В первую категорию входят такие отрасли промышленности, как газо- и электроснабжение, железнодорожные и телефонные услуги, где ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА настолько велика, что только монопольный производитель сможет максимизировать эффективность предложения. Если деятельность в этих отраслях будет разделена, то это приведёт к серьёзным потерям эффективности вследствие ненужного дублирования ресурсов. Однако возможность частной МОНОПОЛИИ не является привлекательной из-за опасности монополистических злоупотреблений.

Во вторую категорию входят отрасли промышленности, такие как производство железа и стали, газа и электроэнергии, судостроение и автомобилестроение, где производство размещено на многих заводах, существует возможность передачи каждого завода в отдельное частное владение и создания таким образом конкуренции в предложении. Однако из-за того, что подобные производства требуют больших капитальных вложений и, подобно естественной монополии, характеризуются значительной экономией от масштаба, наиболее вероятной ситуацией в этих отраслях станет создание ОЛИГОПОЛИИ с высокой концентрацией продавцов. Гораздо легче может происходить обособление от государственного сектора тех *отдельных* фирм (в отличие от отраслей в целом), которые были национализированы из-за того, что терпели крупные убытки и нуждались в реорганизации, например Ferranty, International Computers, Rolls-Royce, Jaguar, British Leyland, British Shipbuilders.

Основной проблемой приватизации является определение способа, посредством которого конкуренция может быть порождена в отрасли промышленности, до того принадлежавшей государственным монополиям. Это можно осуществить разделением существующих государственных корпораций на несколько отдельных частных компаний (как в случае электроснабжения) или созданием новых фирм (как в случае газоснабжения и телекоммуникаций). В отдельных случаях необходимо было учредить регулирующий орган для контроля над производством (Ofgas и Ofel соответственно для сфер газоснабжения и телекоммуникаций), который мог бы обращаться в КОМИССИЮ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ.

См. ДЕРЕГУЛИРОВАНИЕ.

ПРИВЕДЁННАЯ ГОДОВАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (annualized percentage rate (APR)) ставка, начисляемая на ЗАЁМ. Став-

ка APR зависит от общей «платы за кредит», назначаемой кредитором, и испытывает влияние таких факторов, как общий уровень ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК, а также характер и срок займа.

Если кредиторы привязывают общие процентные платежи по займам КРЕДИТА В РАССРОЧКУ к *исходной* сумме ссуды, то может возникнуть ошибочное представление о назначаемой процентной ставке, ибо по мере того, как должники ежемесячно или еженедельно осуществляют платежи в счёт погашения займа, они сокращают сумму задолженности, и процентные платежи следует относить к меньшей, *средней* сумме долга. Например, если некто занимает 1000 ф. ст. на один год с общей суммой начислений по ней 200 ф. ст., то простая процентная плата за исходный заём составит 20%. Однако если условия займа предполагают ежемесячное погашение долга на 100 ф. ст., то к концу *первого* месяца заёмщик вернет часть первоначально занятой суммы 1000 ф. ст., а к концу *второго* месяца ещё одну часть первоначального займа и т. д. Поэтому в результате заёмщик занял *не* 1000 ф. ст. на весь год, а в *среднем* гораздо меньшую сумму, так как он погашает часть неуплаченного займа. Если же общую сумму по кредиту (200 ф. ст.) отнести к гораздо меньшей *средней* сумме задолженности, чтобы получить годовую ставку процента, то ставка платежей по кредиту окажется равной примерно 40% при объявленной ставке 20%.

Чтобы заёмщик чётко знал *фактическую* плату за кредит и *истинную* процентную ставку, ЗАКОН О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТЕ 1974 г. требует от кредиторов опубликования данных об обеих ставках для потенциальных заёмщиков.

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) ТОРГОВОЙ МАРКЕ (brand loyalty) — устойчивое желание потребителей покупать продукцию с торговой маркой конкретного поставщика, предпочитая её продукции конкурентов. Поставщики культивируют приверженность торговой марке с помощью стратегии ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА, нацеленной на всяческое подчёркивание реальных и воображаемых различий между конкурирующими марками.

См. РЕКЛАМИРОВАНИЕ.

ПРИВИЛЕГИРОВАННАЯ АКЦИЯ (preference share or preferred stock) — ЦЕННАЯ БУМАГА, выпущенная для частных лиц и организаций как средство долгосрочного финансирования АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЙ. Привилегированные акции имеют фиксированную ставку ДИВИДЕНДОВ, и их владельцы обычно имеют первоочередное право (по сравнению с владельцами обыкновенных акций) на получение дивидендов. В случае ликвида-

ции компании (см. НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ) они также имеют приоритетные права на оставшиеся после погашения всех долгов активы. Как правило, АКЦИОНЕРЫ, владеющие привилегированными акциями, не имеют права голоса на ГОДОВОМ ОБЩЕМ СОБРАНИИ.

См. также АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ.

ПРИЗВАННЫЙ КАПИТАЛ (called up capital) — объём выпущенного АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА, на который акционерам предлагается подписаться, когда АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ эмитирует АКЦИИ 1 на условиях оплаты в рассрочку. Призванный капитал обычно равен ОПЛАЧЕННОМУ КАПИТАЛУ, за исключением того случая, когда акционеры не выполняют своих обязательств по оплате в рассрочку («ПРИЗЫВЫ В ДОЛГАХ»).

См. ЭМИССИЯ АКЦИЙ.

ПРИЗНАННАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ БИРЖА (recognized investment exchange (RIE)) — организация (например, ФОНДОВАЯ БИРЖА), создающая организационные условия для совершения сделок с финансовыми активами или ценными бумагами, включая отслеживание и фиксирование совершаемых сделок и обеспечение расчётов с помощью соответствующей клиринговой системы. Выполнять эти функции разрешается только тем инвестиционным биржам, которые удовлетворяют регулирующим требованиям Положения о финансовых услугах, 1986.

ПРИЗНАННАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (recognized professional body) — профессиональный орган (например, Аудиторы Англии и Уэльса), признаваемый в качестве регулирующей организации согласно условиям Положения о финансовых услугах Великобритании, 1986. Эти организации отвечают за регулирование деятельности их членов, связанной с оказанием консультаций клиентам относительно инвестиций.

«**ПРИЗЫВЫ В ДОЛГАХ**» (call in arrears)— разница, которая возникает между ПРИЗВАННЫМ КАПИТАЛОМ и ОПЛАЧЕННЫМ КАПИТАЛОМ, когда АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ эмитирует акции на условиях оплаты их в рассрочку, а акционеры не выполняют своих обязательств.

ПРИКЛАДНАЯ ЭКОНОМИКА (applied economics) — применение экономического анализа к реальным экономическим ситуациям. Задача прикладной экономики — строить прогнозы, вытекающие из ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ, помогая разрабатывать ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ПОЛИТИКУ.

См. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ, ГИПОТЕЗА, ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ.

ПРИМИРЕНИЕ (conciliation) — процедура разрешения споров, прежде всего ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОНФЛИКТОВ, при которой нейтральная третья сторона встречается с участниками конфликта и пытается помочь им уладить взаимные разногласия и достичь соглашения посредством продолжительных переговоров. В Великобритании этим занимается КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ, АРБИТРАЖНАЯ И ЭКСПЕРТНАЯ СЛУЖБА.

См. ПОСРЕДНИЧЕСТВО, ТРЕТЕЙСКИЙ СУД, ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ.

ПРИНЦИП «ЗАГРЯЗНИЛ—ПЛАТИ» (pollutor pays principle) — принцип, согласно которому загрязнители окружающей среды должны оплачивать ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ на любые ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, произведённые ими. Принятие этого принципа в качестве составной части государственной политики по отношению к окружающей среде означает вмешательство в рыночные отношения посредством возложения ответственности за загрязнение окружающей среды на загрязнителя.

См. ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ.

«ПРИНЦИП КЛУБА» (club principle) — принцип распределения накладных расходов, возникающих при обеспечении товаром или услугой каждого отдельного потребителя. Например, местные жители могут создать «клуб» для замены асфальтового покрытия частной дороги.

См. КОЛЛЕКТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ, «ЗАЯЦ».

ПРИНЦИП ЛОКОМОТИВА (locomotive principle) — принцип, согласно которому в условиях всемирного СПАДА одна из стран, увеличив свой СОВОКУПНЫЙ СПРОС, повысит свой внутренний спрос на ИМПОРТ, стимулируя ЭКСПОРТ других стран, и таким образом повысит экономическую активность в этих странах. Иными словами, одна из стран может действовать как локомотив, выводящий остальные страны из рецессии ценой некоторого ухудшения своего платёжного баланса.

См. МУЛЬТИПЛИКАТОР ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ.

ПРИНЦИП НАИБОЛЬШЕГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ (most-favoured nation clause) — принцип, лежащий в основе ГЕНЕРАЛЬНОГО СОГЛАШЕНИЯ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ (ГАТТ), согласно которому каждая из стран применяет один и тот же уровень ТАРИФА ко всем своим торговым партнерам. Этот общий принцип исключения дискриминации возник из более ранней практики ГАТТ по заключению двусторонних торговых договоров, при которой, если страна А договаривалась о снижении тарифа

со страной В, а впоследствии страна В договаривалась о более благоприятном снижении тарифа со страной С, то уровень тарифа в последнем случае также необходимо было увеличивать до уровня тарифа в торговле А с В.

ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ (ability-to-pay principle of taxation) — принцип, согласно которому налогообложение должно основываться на финансовом положении индивида. Таким образом, лица с высоким доходом должны платить большие суммы в виде налогов, чем люди с низкими доходами. Принцип платёжеспособности принят большинством стран в качестве базы их налоговых систем (см. ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ). В отличие от ПРИНЦИПА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ВЫГОД подход с точки зрения платёжеспособности отвечает стремлению большинства правительств перераспределять доход от лиц с высоким уровнем доходов к лицам с низким уровнем.

См. ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ.

ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ВЫГОД (benefits-received principle of taxation) — принцип, согласно которому те, кто получает наибольшую выгоду от предоставляемых государством товаров и услуг, должны платить НАЛОГ, чтобы финансировать их производство. Проблема заключается (помимо очевидных трудностей подсчёта того, кто и сколько выгоды получает, в особенности если рассматриваются такие вещи, как национальная оборона, пожарная охрана и т. д.) в том, что этот принцип нельзя примирить с более широкими обязанностями, принятыми на себя государством в предоставлении социальных услуг и пособий, т. е. нет никакого смысла облагать налогом безработного с тем, чтобы иметь возможность выплачивать ему пособие по безработице.

См. ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ, ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ.

ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ (redistribution-of-income principle of taxation) — принцип, согласно которому систему НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ вместе с осуществлением программ государственного благосостояния следует использовать для улучшения положения более бедных домашних хозяйств за счёт более богатых. Ниже показано перераспределение в результате налогообложения и государственных расходов. Так, беднейшие 20% населения вначале получают всего 2% общего дохода, но после налогообложения и государственных выплат они получают 7% общего конечного дохода.

**Персональное распределение первоначального
и окончательного дохода в Великобритании, 1988 г.**

20%-ные группы домашних хозяйств	Первоначальный доход, %	Окончательный доход, %
низшая	2	7
вторая	7	11
третья	16	16
четвертая	25	22
высшая	50	44
	<u>100</u>	<u>100</u>

Примечание. Окончательный доход равен первоначальному доходу за вычетом налогов, плюс государственные расходы на образование, здравоохранение, выплаты по социальному обеспечению.

(Источник: Social Trends, 1992)

См. также ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ.

ПРИНЦИПЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ (principles of taxation) — логическое обоснование использования различных методов НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ. Существуют три основных принципа налогообложения: ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ, ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ВЫГОД, ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ.

ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ (natural resources) — используемые в производственной деятельности земля (например, земельный участок под фабрику или ферму) и сырьё (например, железная руда, древесина, нефть, зерно). В то время как одни виды природных ресурсов (пшеница) возобновляемы, другие, например железная руда, ограничены и со временем полностью истощаются. Однако по мере истощения запасов природных ресурсов цены на них будут возрастать, стимулируя тем самым поиски природных или синтетических заменителей этих ресурсов. Природные ресурсы, а также ТРУД и КАПИТАЛ являются тремя основными ФАКТОРАМИ ПРОИЗВОДСТВА.

ПРИТОК КАПИТАЛА (capital inflow) — движение капитала в национальную экономику из-за границы при покупке отечественных ЦЕННЫХ БУМАГ и физических АКТИВОВ иностранцами и при получении займов у иностранцев резидентами страны.

Приток капитала заключается в получении денег страной («принимающей страной») от одной или многих зарубежных стран («стран-источников»). Существует много форм движения капитала между странами:

(а) прямые иностранные ИНВЕСТИЦИИ, осуществляемые ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫМИ КОМПАНИЯМИ, в физические активы, например учреждение местного промышленного предприятия;

(б) покупка в данной стране ценных бумаг, которые рассматриваются как привлекаемые ПОРТФЕЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ;

(в) получение правительством данной страны займов у правительств других стран или международных банков с целью уменьшения краткосрочных дефицитов ПЛАТЕЖНЫХ БАЛАНСОВ.

(г) СПЕКУЛЯЦИЯ на будущем ВАЛЮТНОМ КУРСЕ и будущих ставках процента страны, при этом ожидание удорожания валюты приводит к притоку капитала, так как спекулянты надеются получить доход от прироста капитала после РЕВАЛЬВАЦИИ валюты.

ОТТОК КАПИТАЛА, наоборот, является движением денег из данной страны за границу.

См. ЗАГРАНИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, «ГОРЯЧИЕ ДЕНЬГИ».

ПРОБНЫЙ РЫНОК (test market) — РЫНОК в ограниченной географической области, который фирмы используют для проверки реакции потребителя на новые продукты до того, как эти продукты будут запущены в серийное производство и будет начата их широкая продажа по всей стране.

См. также РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА.

ПРОВАЛ РЫНКА (market failure) — ситуация, при которой РЫНКАМ не удаётся достичь оптимального РАЗМЕЩЕНИЯ РЕСУРСОВ. Это может, в частности, произойти при доминировании монопольных производителей (см. МОНОПОЛИЯ) или в случае, когда производство и/или потребление порождает ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (см. ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ). При фиаско рынка часто необходимо вмешательство государства для регулирования рынков посредством ПОЛИТИКИ в отношении КОНКУРЕНЦИИ, РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ, ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ и ПОДДЕРЖКИ ЦЕН.

См. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА.

ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ (hypothesis testing) — разработка и использование статистических критериев с целью принятия решения об обоснованности ГИПОТЕЗЫ в условиях неопределённости. В любом решении об обоснованности гипотезы есть шанс сделать верный выбор и риск сделать выбор неверный. Проверка гипотезы заключается в оценке этих шансов и разработке критериев, минимизирующих вероятность появления неверных решений.

Допустим, мы хотим узнать, влияет ли размер компании на оплату труда управляющих, и выдвигаем гипотезу, что в среднем чем крупнее компания, тем выше оплата услуг управляющих. Эта гипотеза может быть истинной или ложной, может быть принята или отвергнута. Эти варианты показаны в следующей матрице:

Гипотеза верна		Гипотеза неверна
принять	правильное решение	ошибка 2-го рода
отвергнуть	ошибка 1-го рода	правильное решение

Если гипотеза верна и мы её принимаем, и если гипотеза неверна и мы её отвергаем, наше решение будет правильным. С другой стороны, мы можем отвергнуть гипотезу, когда надо её принять (*ошибка первого рода*), или признать гипотезу, которую надо отклонить (*ошибка второго рода*). Риск таких ошибок при проверке гипотезы с использованием выборочных данных может быть минимизирован. Чтобы уменьшить риск ошибки второго рода и установить точное значение вероятности появления ошибки первого рода, необходимо тщательно сформулировать гипотезу. Часто это требует выдвижения *нулевой гипотезы*, которая предполагает диаметрально противоположное тому, что мы хотим доказать. Например, вместо предыдущей гипотезы, что размер оплаты управляющих в среднем выше в более крупных компаниях, мы выдвигаем нулевую гипотезу: в среднем оплата управляющих одинакова и в крупных, и в мелких фирмах. Опровержение нулевой гипотезы эквивалентно принятию исходной гипотезы. Нулевая гипотеза может быть проверена с помощью выборочных данных.

Выборку из совокупности фирм можно использовать для оценки вероятности ошибки первого рода. Вероятность ошибки первого рода называется *уровнем значимости* гипотезы (обычно 0.01, 0.05 или 0.10). Уровень значимости всегда выбирается перед началом проверки гипотезы.

Последний этап — это проверка значимости: средняя оплата управляющих рассчитывается по выборкам из крупных и мелких фирм и сравнивается с ожидаемой оплатой, которая, согласно нулевой гипотезе, должна быть одинаковой и в мелких, и в крупных компаниях. Если разница между тем, что мы ожидали (средняя оплата одинакова), и тем, что получили, настолько велика, что её нельзя отнести на счёт случайности, то мы отклоняем нулевую гипотезу, на которой основывались ожидания. Если же эта разница настолько мала, что её можно объяснить случайностью, то результат не является статистически значимым. В первом случае мы бы отвергли нулевую гипотезу и приняли бы противоположную ей, гласящую, что вознаграждение управляющих в крупных компаниях выше. Во втором случае мы бы сочли невозможным сделать какой-либо вывод о наличии связи между размером компании и величиной оплаты управляющих.

Статистические методы проверки гипотез широко используются в эмпирических экономических исследованиях.

ПРОВЕРКА ДЕНЕЖНОЙ ОЦЕНКИ (value for money audit) — проверка того, обеспечивает ли государственное учреждение или частная фирма «ценность за деньги» («value for money») при предложении товаров или услуг. Обычно в ходе этой проверки проводится независимый анализ организации, учреждения или фирмы с точки зрения выпуска продукции и формирования затрат; кроме того, при проведении проверки определяется, есть ли возможность для повышения ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАТРАТ.

См. АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ».

ПРОВЕРКА НА ЗНАЧИМОСТЬ (test of significance) — см. ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ.

ПРОВЕРКА НА ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ (means test) — проверка личных и финансовых обстоятельств индивида на соответствие условиям выплаты пособий в системе ПОСОБИЙ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ данной страны. Право на получение запрашиваемых пособий не является всеобщим; оно определяется правилами, установленными законодательством, и контролируется соответствующими государственными учреждениями. Гражданин имеет право на получение пособия, если в период подачи заявления он находится в стесненных финансовых или личных обстоятельствах. Многие группы по борьбе с бедностью высказываются за упразднение предоставления пособий с проверкой на обеспеченность в связи с унижительностью проверки материального положения претендентов и невозможности обращения за помощью гордых, но нуждающихся граждан. Другое мнение — сохранить эти проверки как средство ограничения ТРАНСФЕРТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ и уменьшения ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ (forecasting) — процесс разработки предсказаний по поводу будущих общеэкономических и рыночных условий как основа для принятия решений государством и фирмами. Для оценки будущих экономических условий могут применяться различные прогностические методы, отличающиеся друг от друга по степени субъективности, сложности, потребности в данных и по стоимости:

(а) обследования — интервью или рассылка по почте анкет с целью выяснить будущие намерения в плане покупок потребителей и промышленных покупателей. Оценки будущих объемов продаж могут давать также сотрудники отделов сбыта; кроме того, отраслевые эксперты могут разрабатывать сценарии будущего развития рынка;

(б) экспериментальные методы — прогнозирование спроса на новые продукты и т. д., базирующееся на анализе реакции

либо небольших выборок потребителей, либо больших выборок на пробных рынках;

(в) методы ЭКСТРАПОЛЯЦИИ — АНАЛИЗ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ с использованием экономических данных за прошлые периоды для прогнозирования будущих тенденций. Эти методы неявно предполагают, что временные взаимосвязи, наблюдавшиеся в прошлом, будут сохраняться и в будущем, при этом не исследуются причинно-следственные связи между рассматриваемыми переменными. Временные ряды обычно включают в себя долгосрочную тенденцию (вековой тренд), нарушаемую среднесрочными циклическими колебаниями, и краткосрочные сезонные вариации, подвергающиеся нерегулярным, случайным воздействиям. Для анализа и экстраполяции таких временных рядов могут использоваться также такие методы, как скользящая средняя или экспоненциальное сглаживание, хотя с их помощью, как правило, нельзя предсказать резкие скачки экономических переменных;

(г) *барометрические прогнозы* — предсказание будущих значений экономических переменных исходя из текущих значений определённых статистических показателей, тесно связанных с экономическими переменными. Такие ОПЕРЕЖАЮЩИЕ ИНДИКАТОРЫ, как планируемые капиталовложения предпринимательского сектора и прирост нового жилищного строительства, могут служить барометром при прогнозировании уровня экономической активности или спроса на продукцию, а кроме того, они могут быть пригодны для предсказания резких изменений этих величин;

(д) метод «затраты—выпуск» (см. МОДЕЛЬ «ЗАТРАТЫ—ВЫПУСК») — использование таблиц «затрат—выпуска» для отображения взаимосвязей между отраслями и для анализа того, как изменение спроса в одной отрасли влияет на изменение условий спроса и предложения в других, связанных с нею. Так, изготовителям узлов автомобиля необходимо оценивать спрос на автомобили и производственные планы автомобилестроителей, являющихся главными потребителями их продукции;

(е) ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ — прогнозирование будущих значений экономических переменных путём исследования других переменных, связанных причинно-следственными зависимостями с первыми. В эконометрических моделях переменные связаны между собою уравнениями, которые могут быть подвергнуты статистической проверке, а затем использованы как основа для прогнозирования. Необходимо прежде всего выявить НЕЗАВИСИМЫЕ ПЕРЕМЕННЫЕ, влияющие на ЗАВИСИМУЮ ПЕРЕМЕННУЮ, величину которой мы прогнозируем. Так, чтобы

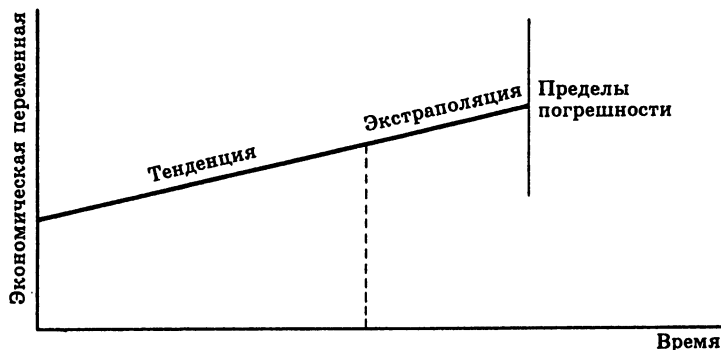


Рис. 94. Прогнозирование. Пределы погрешности, ожидаемые в экономических прогнозах.

предсказать будущий объем спроса на продукт (Q_d), нам надлежит сформулировать уравнение, связывающее объем спроса с ценой продукта (P) и располагаемым доходом (Y):

$$Q_d = a + bP + cY,$$

а затем использовать данные за прошлые периоды, чтобы определить коэффициенты регрессии a , b и c (см. РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ). Эконометрические модели могут состоять из одного уравнения (как в нашем случае), но зачастую в сложных экономических ситуациях независимые переменные одного уравнения сами подвержены влиянию других переменных, так что может потребоваться множество уравнений, чтобы отразить все причинно-следственные зависимости. Так, в модели макроэкономического прогнозирования, используемой британским министерством финансов для прогнозирования будущей экономической активности, содержится более 600 уравнений.

Ни один прогностический метод не даёт абсолютно точных предсказаний, поэтому, делая любой прогноз, необходимо учитывать пределы погрешности этого прогноза. В ситуации, показанной на рис. 94, невозможно точно определить будущее значение экономической переменной. Необходимо учесть, что существует область возможных будущих значений с центром в прогнозируемой точке, т. е. область значений с соответствующим распределением их вероятностей.

ПРОГРАММА «СВОИ АКЦИИ» (personal equity plan (PEP)) — схема, предложенная правительством Великобритании в 1987 г. для того, чтобы стимулировать лиц с небольшими объемами

сбережений инвестировать их в британские ОБЫКНОВЕННЫЕ АКЦИИ. Частные лица могут вкладывать до 9000 ф. ст. в год в акции, и в настоящее время любой доход или «капитальный выигрыш» от этих акций освобождается от налога при условии, что акции не перепродаются в течение календарного года.

ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ (progressive taxation) — система НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, в которой ставка налога растёт в соответствии с ростом ДОХОДА. При такой форме налогообложения с налогоплательщиков с высоким доходом взимается большая сумма, чем с налогоплательщиков с низкими доходами. Ставка налога может расти до определённого верхнего предела, в Великобритании он составляет 40% дохода. Например, налог, который будет платить человек, зарабатывающий 20 000 ф. ст., можно определить из графы 3:

1 Налоговые диапазоны ф. ст.	2 Налоговые ставки %	3 Сумма налога ф. ст.
0—5000	не облагается	0
5001—10 000	20	1000
10 001—15 000	30	1500
15 001—20 000	40	2000
и т. д.		<u>Итого 4500</u>

Увеличивающиеся налоговые ставки показаны в графе 2. Чем выше заработки, тем выше ставка налога, которым они облагаются.

Фактически все западные страны используют различные формы прогрессивного налогообложения как средство перераспределения дохода от более состоятельных членов общества к более бедным. Этот ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ является наиболее справедливой формой налогообложения. Однако идеальная система прогрессивного налогообложения должна не только способствовать социальному равенству, но также должна стимулировать предпринимательство, позволяя избежать штрафных налоговых ставок тем, чьи заработки находятся на верхнем пределе шкалы доходов, и вместе с ПОСОБИЯМИ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ должна обеспечивать соответствующие стимулы для работы тем, чьи заработки находятся на нижнем пределе шкалы доходов. СР. РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ПРОПОРЦИОНАЛЬНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

См. также РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ, ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, КРИВАЯ ЛАФФЕРА, ПРЕДЕЛЬНАЯ СТАВКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ.

ПРОДАЖНАЯ ЦЕНА, или ЦЕНА ПРОДАЖИ (selling price) — ЦЕНА, по которой фирма предлагает изделие на продажу. Продажная цена обычно устанавливается на уровне, который позволяет покрыть ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ и ТОРГОВЫЕ ЗАТРАТЫ и получить приемлемую чистую ПРИБЫЛЬ.

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА, или СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА (sales promotion and merchandising) — мероприятия, используемые фирмами для увеличения объёма продаж своих ТОВАРОВ и УСЛУГ. Наиболее явной формой стимулирования сбыта является РЕКЛАМИРОВАНИЕ, но есть и множество других способов, которые могут употребляться для создания и расширения сбыта: бесплатная упаковка; бесплатные испытания образцов; купоны, дающие возможность получения призов; соревнования изделий с присуждением призов; торговые марки; демонстрация изделий в магазине; выставки-продажи и т. д.

В экономических моделях несовершенной конкуренции все эти меры рассматриваются как элементы ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА.

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ, или ПОСТАВЩИК (producer or supplier) — основная единица производства и предложения в экономической теории. В экономической теории производственной единицей обычно является ФИРМА, хотя государственные организации также производят товары и услуги.

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ (ТРУДА) (productivity) — соотношение между ВЫПУСКОМ экономической единицы и использованием ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, которые вовлечены в её производство. Производительность обычно измеряется в единицах выпуска за человеко-час для выявления различий между фирмами, отраслями или странами. Увеличение производительности происходит тогда, когда выпуск за человеко-час растёт. Главным источником увеличения производительности служит увеличение количества и качества ЗАПАСА КАПИТАЛА (см. УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА и РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА).

Этот важный аспект можно проиллюстрировать следующими тремя примерами. (а) Предположим, что сборка автомобилей является трудоемким процессом; бригада из 10 человек с минимальным запасом капитала (только гаечные ключи и отвёртки) собирает один автомобиль за один день. (б) Фирма инвестирует средства в гидравлический домкрат (углубление капитала), и это уменьшает количество времени на сборку одного автомобиля, скажем, до одной десятой рабочего дня. Та же бригада теперь может собирать до 10 автомобилей в день — её производительность возросла в 10 раз. (в) Фирма устанавлива-

ет линию автоматической сборки (снова углубление капитала), которой может управлять один человек. Выпуск увеличивается, скажем, до 50 автомобилей в день, производительность одного человека увеличивается от одного автомобиля в день (одной десятой от 10 автомобилей) до 50.

Таким образом, 9 человек были «выброшены» из бригады. Они могут работать на таких же линиях автоматической сборки (расширение капитала), при этом общий выпуск 10 человек возрастёт до 500 автомобилей в день (10×50). Кроме того, эти рабочие могут перейти из автомобильной промышленности и увеличить выпуск продукции других секторов экономики.

Таким образом, рост производительности вносит значительный вклад в процесс ускорения темпов ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

См. РАБОТА, КАПИТАЛОЁМКОСТЬ, СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА, ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТРУДОВАЯ ПРАКТИКА, Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ «ЖИРОК», ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ.

ПРОИЗВОДНЫЙ СПРОС (derived demand) — СПРОС на какой-либо ФАКТОР или ПРОДУКТ, зависящий от спроса на какой-то другой продукт. Например, спрос на рабочую силу для производства автомобилей зависит прежде всего от спроса на автомобили; спрос на чайные чашки зависит от спроса на чай.

См. ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФАКТОРНЫЙ ДОХОД, РЫНОК ФАКТОРОВ, ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМЫЕ БЛАГА.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДЕМОКРАТИЯ (industrial democracy) — участие рабочих в процессе принятия решений совместно с администрацией корпорации.

См. УЧАСТИЕ РАБОЧИХ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ, ПРОФСОЮЗЫ, СИСТЕМА УЧАСТИЯ РАБОТНИКОВ В СОБСТВЕННОСТИ.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ МОЩНОСТЬ (capacity). — 1. Максимальный объём выпуска, который фирма или отрасль в состоянии произвести при полном и наиболее эффективном использовании существующих средств производства. В микроэкономической теории концепция *полного использования производственных мощностей* тесно связана со структурой издержек фирм и отраслей. Выпуск отрасли максимизируется (т. е. достигается полное использование производственных мощностей), когда все фирмы производят продукцию, находясь в точке минимума кривых средних затрат длительного периода (см. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ). Если объём производства фирм ниже этой точки, то возникает ИЗБЫТОЧНАЯ МОЩНОСТЬ.

2. В макроэкономике производственные мощности относятся к ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ ВАЛОВОМУ НАЦИОНАЛЬНОМУ ПРОДУКТУ. Про-

центное отношение фактического объёма выпуска в экономике к уровню производственных мощностей (т. е. потенциальному национальному доходу) является показателем использования производственных мощностей.

См. также МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ (production function) — функция, отображающая связь между физическим объёмом ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА и физическим объёмом ВЫПУСКА в процессе производства товаров или услуг. Так как объём выпуска зависит от объёма использованных ресурсов, то связь может быть выражена в форме функциональной записи:

$$Q = f(I_1, I_2, \dots, I_n),$$

где Q — выпуск продукта, $I_1, I_2, \dots, I_n$ — объём использования факторов 1, 2, ..., n .

Важно подчеркнуть, что факторы расхода могут комбинироваться различными способами для производства одного и того же объёма выпуска. Одни комбинации используют малое количество труда, другие — большое количество труда и малый объём капитала. В физическом выражении *технически эффективными* являются комбинации, которые используют минимальное количество ресурсов. Экономистов, однако, больше интересуют стоимостные аспекты соотношения «затраты—выпуск» (см. ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ), особенно способы, которые позволяют производить данный объём выпуска при наименьших затратах. Эти связи могут быть проанализированы при помощи ИЗОКВАНТ, КАРТЫ ИЗОКВАНТ и ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ЛУЧЕЙ.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ КОББА—ДУГЛАСА (Cobb—Douglas production function) — частный случай соотношения между выпуском продукта и затратами ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА (ТРУДА и КАПИТАЛА), используемых в производстве этого продукта:

$$P = A \cdot L^\alpha \cdot K^\beta,$$

где P — выпуск продукта, L и K — объёмы труда и капитала, A , α и β — постоянные параметры.

Этот частный вид ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ предполагает, что в условиях эффективной конкуренции на рынках факторов ЭЛАСТИЧНОСТЬ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАМЕЩЕНИЯ между трудом и капиталом равна единице. Производственная функция Кобба—Дугласа обладает тем свойством, что доли каждого фактора в стоимости продукта постоянны (они соотносятся как α и β), хотя в абсолютном выражении затраты труда и капитала могут изменяться.

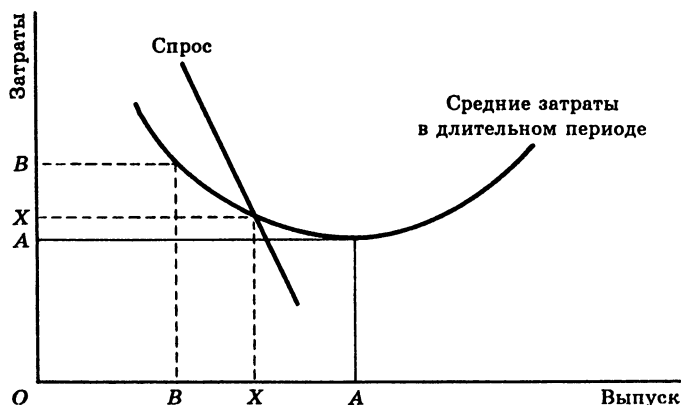


Рис. 95. Производственная эффективность. На графике кривая долгосрочных средних затрат имеет U-образную форму и масштаб производства OA позволяет достичь минимальных затрат. Если же масштаб производства меньше оптимального (OB) или если оптимальный масштаб производства (OA) используется неполностью из-за недостаточности спроса (OX), то фактические затраты предложения будут выше минимально достижимых затрат.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ (productive efficiency) — аспект действенности рынка, который обозначает эффективность рынка в производстве текущей продукции с наименьшими затратами в длительном периоде при использовании существующей технологии. Производственная эффективность достигается, когда выпуск продукта организован в оптимальном масштабе при существующем долгосрочном равновесии спроса и предложения. См. рис. 95.

См. также минимально эффективный масштаб, технологическая эффективность, избыточная мощность, рационализация.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ (production costs) — затраты на превращение факторов производства в конечный выпуск товаров и услуг, стоимость которых превышает стоимость исходных факторов. Затраты на производство продукта включают в себя стоимость сырья, ремонта и эксплуатации оборудования, арендную плату, расходы на освещение и отопление производственных зданий.

См. также производственная функция, функция затрат.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОНФЛИКТ (industrial dispute) — конфликт между работодателем (работодателями) или организа-

циями работодателей и рабочим (рабочими) или организациями рабочих (ПРОФСОЮЗАМИ). Конфликт может быть полностью или в основном вызван профессиональными вопросами. Эти вопросы могут включать в себя условия найма, обязательства, окончание или приостановку найма рабочей силы, распределение работы между рабочими, проблемы дисциплины и т. д.

Серьёзные производственные конфликты зачастую характеризуются со стороны рабочих ЗАБАСТОВКАМИ и/или ЛОКАУТОМ рабочих со стороны администрации. Производственные конфликты могут быть разрешены различными способами, включая добровольное соглашение между участниками конфликта или обращение к независимому арбитру.

См. ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ, ТРЕТЕЙСКИЙ СУД, ПОСРЕДНИЧЕСТВО, ПРИМИРЕНИЕ.

ПРОИЗВОДСТВО (production) — соединение фирмой ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА (труд, капитал и т. д.) для осуществления ВЫПУСКА товаров и услуг. Связь между затратами и выпуском изображается ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИЕЙ (в физическом выражении) и ФУНКЦИЕЙ ЗАТРАТ (в стоимостном выражении).

См. МЕЛКОСЕРИЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО, МАССОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО, ГИБКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СИСТЕМА.

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ВЫПЛАТЫ (progress payments) — конкретное соглашение, заключаемое обычно в начале реализации крупных строительных проектов, согласно которому платежи за сделанную работу производятся по определённым этапам вплоть до завершения работ.

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ (intermediate products) — товары и услуги, которые используются фирмой как ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА в процессе производства других товаров и услуг. Сталь, например, является промежуточным продуктом, имеющим множество сфер конечного использования, включая корпуса автомобилей и стиральных машин, гайки, болты и т. д.

Промежуточные продукты не принимаются в расчёт при определении валового национального продукта в ИСЧИСЛЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, поскольку этот показатель учитывает лишь стоимость конечных товаров и услуг.

См. КОНЕЧНЫЕ ПРОДУКТЫ, ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ.

ПРОМЫШЛЕННАЯ ЗОНА (industrial estate) — официально определённая территория, предназначенная для коммерческого и промышленного использования, отделённая от районов проживания. Промышленные зоны первоначально предполагали низкую плату за размещение мелких и средних проектно-технологических фирм и оптовых торговых точек. Такие зоны могут

финансироваться государством или частными компаниями. В Великобритании осуществляются попытки расположить компактно фирмы с высокоразвитыми технологиями, в непосредственной близости от научных центров, расположенных также компактно, и часто эти территории называются *научными парками*.

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА (industrial policy) — политика, направленная на обеспечение эффективности промышленного производства и конкурентоспособности, содействие техническому прогрессу, а также создание новых рабочих мест. Промышленная политика может быть общей, например меры по увеличению конкуренции (см. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ) и обеспечению регионального развития (см. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА), и частной, например меры по стимулированию эффективности и внедрению новых технологий. Кроме того, промышленная политика может быть более узко направлена на избирательную интервенцию в отдельные отрасли промышленности или на поддержку отдельных проектов и фирм. В большинстве стран промышленная политика может быть как *реактивной* (например, в случае рыночного фиаско такая политика состоит в перестройке и рационализации приходящей в упадок отрасли производства или в поддержке фирм, терпящих банкротство), так и *проактивной* (действующей как катализатор изменений посредством стимулирования, например создания нового бизнеса и технического развития).

В Великобритании промышленная политика в широком смысле осуществлялась вплоть до настоящего времени НАЦИОНАЛЬНЫМ СОВЕТОМ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ и подчинявшаяся ему комитетами экономического развития. Основная задача Совета состояла в разработке программ по повышению эффективности и международной конкурентоспособности и в определении слабых мест и возможностей отдельных отраслей промышленности. Совет был упразднен в 1992 г.

Среди общих программ помощи производству можно выделить программы, направленные на содействие малому бизнесу (Схема развития бизнеса), внедрение передовых технологий (Программа прикладного применения микропроцессорной техники), а также программы профессионального обучения.

Среди избирательных интервенций в британскую промышленность можно выделить РАЦИОНАЛИЗАЦИЮ приходящих в упадок отраслей; поддержку растущих отраслей, в которых внедряются высокие технологии; фирм, испытывающих временные финансовые затруднения; содействие ИЗОБРЕТЕНИЯМ И ИННОВАЦИЯМ; оказание помощи в проведении стратегических слияний.

Для финансирования промышленной политики в Великобритании было основано большое количество учреждений, включая Национальную корпорацию по содействию научным исследованиям и разработкам (основана в 1948 г.), Корпорацию по реорганизации промышленности (1966–1971), Национальное управление по предпринимательству (1975) и Группу содействия британскому техническому развитию, образованную посредством слияния Национальной корпорации по содействию научным исследованиям и разработкам и Национального управления по предпринимательству в 1981 г.

В отдельных странах (особенно в Великобритании) промышленная политика проводилась на непостоянной основе и её претворение в жизнь зависело от внимания, которое уделяло ей очередное правительство. В других странах, например во Франции и Японии, промышленная политика являлась частью ИНДИКАТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ и осуществлялась на более длительной и скоординированной основе.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ СЕКТОР (industrial sector) — часть экономики, относящаяся к производству ПРОМЕЖУТОЧНЫХ ПРОДУКТОВ (железо и сталь, машины и оборудование и т. д.) и КОНЕЧНОГО ПРОДУКТА (стиральные машины, мебель и т. д.). Промышленный сектор совместно с ПЕРВИЧНЫМ СЕКТОРОМ и СФЕРОЙ УСЛУГ образует непрерывную цепь экономической деятельности, которая формирует современную экономику.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

ПРОНИКНОВЕНИЕ ИМПОРТА (import penetration) — увеличение доли ИМПОРТА во внутреннем ПОТРЕБЛЕНИИ. В отдельных случаях вытеснение отечественных товаров импортными может быть благотворным, так как отражает СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА импорта (импортные товары дешевле отечественных). Широкое проникновение импорта в экономике, не сочетающееся с эквивалентным увеличением количества ЭКСПОРТА, может привести к неравновесию платёжного баланса и снижению уровня дохода и выпуска.

В Великобритании проникновение импорта в текстильную промышленность заметно увеличилось в период с 1955 г. Ниже представлены коэффициенты проникновения импорта в Великобританию для промышленных товаров. (Источник: NIESR, 1978; Business Monitor, 1992).

Внутреннее потребление, %

1955	7
1965	9
1975	16
1991	37

ПРОПОРЦИОНАЛЬНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ (proportional taxation) — система НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, при которой налоговая ставка постоянна при любых изменениях ДОХОДА. Например, при увеличении дохода каждое его приращение облагается налогом в 10%. Такая форма налогообложения предусматривает одинаковые ставки налогов как для налогоплательщиков с низкими доходами, так и для налогоплательщиков с высокими доходами. Ср. ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

ПРОСТОЙ ПРОЦЕНТ (simple interest) — ПРОЦЕНТ по ЗАЙМУ, который начисляется только от начальной суммы займа. Это означает, что с течением времени сумма процентов линейно возрастает. Например, заём в 100 ф. ст. с простым процентом, равным 10% в год, возрастает до 110 ф. ст. к концу первого года, до 120 ф. ст. к концу второго года и т. д. Ср. СЛОЖНЫЙ ПРОЦЕНТ.

ПРОТЕКЦИОНИЗМ (protectionism) — преднамеренная политика правительств некоторых стран, направленная на повышение барьеров торговли, таких как ТАРИФЫ и КВОТЫ, для того, чтобы защитить отечественную промышленность от иностранной конкуренции.

Несмотря на то что существуют аргументы в защиту протекционизма, особенно призывы к защите местных интересов, он не может быть признан как политика, действующая в интересах национального и международного сообществ. Возьмем, например, часто повторяемое заявление, что тарифы необходимы для того, чтобы уравнивать ставки заработной платы в разных странах. Руководители текстильных компаний Великобритании и США выражают недовольство тем, что их положению на отечественных рынках вредят иностранные производители, которые используют «дешевый труд». Необходимо отметить, однако, что для экономики в целом высокие ставки заработной платы являются *результатом*, а не причиной эффективности производства. Другие отрасли вполне успешно справляются с иностранной конкуренцией как на внутреннем, так и на зарубежных рынках, несмотря на более высокие ставки заработной платы. Это происходит благодаря тому, что они имеют **СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА** перед их иностранными конкурентами. Защита отраслей, имеющих малые сравнительные преимущества, искажает относительную значимость отраслей внутри страны и ведёт к неэффективному использованию ресурсов. Иностранная конкуренция будет стимулировать сокращение объёма выпуска текстильной промышленности, и свободные

ресурсы будут использоваться в производстве продуктов, где страна имеет сравнительные преимущества.

Предполагается, что защита может быть необходима на короткий срок, чтобы способствовать организованной перестройке производства (в частности, там, где человеческие ресурсы сильно локализованы), но существует опасность, что такая защита станет постоянной, если она служит интересам деловых или политических кругов.

Другие аргументы в пользу протекционизма являются довольно поверхностными, и выгоды от протекционизма, на которых построены эти доводы, могут быть достигнуты альтернативными средствами. Так, отдельные тарифы и квоты могут способствовать установлению РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, но при этом распределение среди отраслей сравнительных преимуществ искажается. Напротив, фискальная и кредитно-денежная политика и корректировка валютных курсов оказывают воздействие на все иностранные сделки.

Существуют, однако, некоторые более значительные аргументы в пользу протекционизма. С точки зрения мирового благосостояния в целом наиболее популярным доводом в пользу тарифов и т. д. является аргумент МОЛОДОЙ ОТРАСЛИ. Её защита может быть эффективным средством стимулирования развития отрасли, которая может значительно увеличить благосостояние страны (в смысле потенциальных сравнительных преимуществ), но которая не сможет начать развиваться, если не будет защищена от конкуренции импорта. Со временем, при условии соответствующей защищённости, такая отрасль способна достичь внутренней экономии от масштаба (т. е. меньших затрат благодаря эксплуатации большого внутреннего рынка) и приобрести преимущества от различных положительных внешних эффектов (хорошо обученная рабочая сила или эффект «обучения в процессе производства»). В конечном счёте новая отрасль способна стать равной или даже более эффективной по отношению к своим более старшим конкурентам. После того, как отрасль стала жизнеспособной, тарифы могут быть сняты.

Такая временная защита не противоречит главной цели сторонников свободной торговли: максимальная специализация на основе сравнительных преимуществ. Только с помощью временного равенства условий конкуренции отрасль способна достичь той стадии развития, которая позволит ей в полной мере использовать свой потенциал.

Однако существуют и некоторые проблемы. Отрасли, нуждающиеся в опеке, часто выбираются не на основе сравнитель-

ных преимуществ, а по националистическим причинам (например, по причине диверсификации экономики), «молодая отрасль» становится лозунгом для оправдания беспорядочной протекции без учёта достоинств этой отрасли. Предоставляемая протекция может быть чрезмерной и продолжаться дольше, чем это необходимо.

В отдельных ситуациях тарифы могут быть использованы для улучшения УСЛОВИЙ ТОРГОВЛИ страны с помощью понижения цен её товаров, предназначенных на экспорт. Такое использование тарифов применяется особенно крупными импортерами, которые настолько велики, что могут обеспечить достаточную покупательную силу. Заметим, однако, что выгода, получаемая от импорта с более низкими ценами, компенсирована двумя неблагоприятными последствиями тарифов: отвлечением ресурсов для менее эффективных способов их использования и тем, что торговые партнёры, вероятно, ответят со своей стороны встречными тарифами.

См. также ОГРАНИЧЕНИЯ ИМПОРТА, НОМИНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ, ЭФФЕКТИВНЫЙ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ, ПОЛИТИКА РАЗОРЕНИЯ СОСЕДА, ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ, МНОГОСТОРОННЕЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТЕКСТИЛЮ, ДЕМПИНГ, ПРАВИЛО ПРОИСХОЖДЕНИЯ.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА (training) — процесс расширения и повышения КВАЛИФИКАЦИИ людей, имеющий целью повышение эффективности РАБОЧЕЙ СИЛЫ и тем самым — повышение ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ. Можно провести широкое разграничение между «обучением по специальности», которое связано с приобретением квалификации по отдельной профессии, и «общим образованием», которое развивает общие умения (например, писать, считать), являющиеся основой для развития более узких профессиональных навыков.

Профессиональное обучение осуществляется фирмами в формах ученичества, кратких курсов обучения в пределах компании, программ совершенствования управления и т. д. Кроме этого, правительство оказывает поддержку и финансирует инициативы, связанные с профессиональным обучением, а также берёт на себя ответственность по обеспечению общего образования. В *Агентстве по обучению* Великобритании действует ряд программ, включающих «Обучение занятости», «План обучения молодежи» — обеспечение обучения шестнадцати-семнадцатилетних не учащихся и не работающих подростков, которое предусматривает приобретение опыта работы, обучение на рабочем месте и аудиторные занятия.

ПРОФСОЮЗ (trade union) — организация, которая представляет экономические интересы РАБОЧЕЙ СИЛЫ. Профсоюзы существуют в разных формах:

(а) *профсоюз внутри компании*, который представляет все профессии внутри одной компании; этот тип профсоюзов распространён в Японии;

(б) *ремесленный профсоюз*, который представляет отдельную группу квалифицированных рабочих одной профессии (например, электриков, водопроводчиков), которые могут работать во многих отраслях промышленности; этот тип профсоюзов распространён в Великобритании;

(в) *отраслевой профсоюз*, который представляет все профессии внутри одной отрасли; этот тип профсоюза действует во многих странах Европы.

(г) *общий профсоюз*, который представляет множество различных наёмных работников вне зависимости от их профессии или отрасли. Такие профсоюзы, ставшие весьма распространёнными в США и Европе, часто возникают в результате слияния ремесленных и отраслевых профсоюзов.

Основной целью профсоюзов является защита интересов и улучшение положения его членов путём ведения переговоров по поводу ставок ОПЛАТЫ и условий занятости (продолжительности рабочего дня, причин для увольнения и т. д.). Профсоюзы непосредственно влияют на цену труда и затраты производства в различных отраслях, а также в более широком, макроэкономическом контексте воздействуя на ставки заработной платы, на уровень БЕЗРАБОТИЦЫ и темпы ИНФЛЯЦИИ.

В Великобритании профсоюзы управляются избираемыми функционерами, работающими полный рабочий день, при участии представителей рабочего коллектива (цеховых старост).

См. РЫНОК ТРУДА, ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ, КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, УЧАСТИЕ РАБОЧИХ (В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ), ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОНФЛИКТ, ТРУДОВОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОСТЬ.

ПРОФСОЮЗНЫЙ УПОЛНОМОЧЕННЫЙ (МАГАЗИНА) (shop steward) — работник магазина, избираемый членами местного ПРОФСОЮЗА, чтобы представлять их интересы в переговорах с руководством магазина, касающихся условий труда.

ПРОЦЕНТ (interest) — плата за использование денег в форме займа. Процент выплачивается по большому количеству краткосрочных и долгосрочных заёмных средств, таких как БАНКОВСКАЯ ССУДА, ЗАКЛАДНАЯ, КРЕДИТ В РАССРОЧКУ, ЛИЗИНГ, ССУДА, ЗАКЛАДНАЯ ССУДА, ОБЛИГАЦИЯ, КАЗНАЧЕЙСКИЙ ВЕКСЕЛЬ и ПЕРЕ-

ВОДНОЙ ВЕКСЕЛЬ. Кредиторы устанавливают такую НОМИНАЛЬНУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ, которая компенсирует последствия инфляции, состоящие в уменьшении ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ той суммы денег, которую они дают в долг, так что реальная или ЭФФЕКТИВНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА обеспечивает адекватное «вознаграждение» кредиторам за воздержание от текущего потребления и за риск от невыполнения долговых обязательств.

Следует также отметить, что процент является разновидностью дохода и, таким образом, считается частью НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. В ТЕОРИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ процент — плата за использование капитала как ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА.

См. ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА.

ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (interest rate) — величина ПРОЦЕНТА, которую ЗАЕМЩИК (домашнее хозяйство или фирма) обязан выплачивать КРЕДИТОРУ за каждую единицу взятой в долг суммы в единицу времени. Займы используются для финансирования расходов на ПОТРЕБЛЕНИЕ и ИНВЕСТИЦИИ.

Уровень процентной ставки определяется соотношением спроса и предложения на финансовые ресурсы на ДЕНЕЖНОМ РЫНКЕ. Чем ниже стоимость занимаемых денег, тем больше объем спроса на них со стороны домашних хозяйств и фирм. Чем выше процентные ставки, тем выше предложение займов. «Равновесная» процентная ставка определяется точкой пересечения кривых спроса на займы (D_m) и их предложения (S_m) (процентная ставка R на рис. 96). Теоретические органы, регулирующие денежные потоки, могут контролировать процентные ставки, изменяя величину ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ. Если предложение денег увеличивается с S_m до S_m^1 , то равновесная процентная ставка понизится с R до R^1 , вследствие этого понизятся и совокуп-

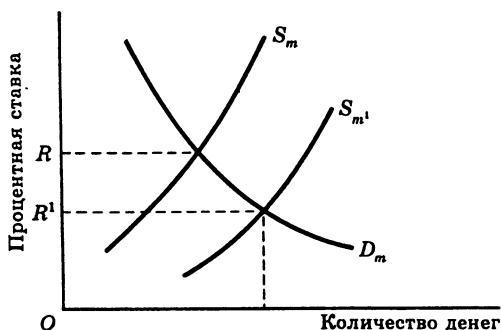


Рис. 96. Процентная ставка.

ные расходы (СОВОКУПНЫЙ СПРОС) в экономике (см. СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ).

Существуют разные мнения по вопросу о чувствительности спроса на деньги и предложения денег к изменениям процентной ставки. С одной стороны, кейнсианцы (см. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ) доказывают, что сбережения являются функцией от уровня дохода, а не от процентной ставки, и поэтому предложение заёмных средств относительно неэластично по проценту. Кейнсианцы также утверждают, что планируемые инвестиции в основном определяются ожиданиями деловых кругов по поводу будущего уровня экономической активности. Стоимость же кредита существенной роли не играет, поэтому спрос на заёмные средства также относительно неэластичен по проценту. Все это означает, что даже довольно большие изменения процентных ставок вряд ли будут оказывать существенное влияние на объёмы предложения денег и спроса на них и, таким образом, на уровень потребительских и инвестиционных расходов. С другой стороны, монетаристы (см. МОНЕТАРИЗМ) доказывают, что как спрос на заёмные средства, так и их предложение являются эластичными по проценту, так что даже небольшие изменения процентной ставки окажут существенное влияние на потребление и инвестиционные расходы.

В Великобритании существует немалое количество ключевых краткосрочных процентных ставок, включая МЕЖБАНКОВСКУЮ КЛИРИНГОВУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ (по которой КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ предоставляют друг другу суммы денег), ВЕКСЕЛЬНУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ (по которой ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК (Банк Англии) готов предоставлять деньги УЧЁТНЫМ ДОМАМ как кредитор последней инстанции), БАЗИСНУЮ СТАВКУ 1 (минимальная ставка, которая используется коммерческими банками как основа для установления процентных ставок по займам и овердрафтам для своих клиентов). Эти (и другие) процентные ставки сильно взаимосвязаны и являются объектом регулирования со стороны Банка Англии. Регулирование служит элементом проводимой им КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ. В прошлом базисные ставки и др. были связаны с учётной ставкой Банка Англии, но в настоящее время правительство контролирует уровень процентных ставок более косвенно, посредством операций на открытом рынке, т. е. покупая и продавая финансовые инструменты, такие как казначейские векселя, для уменьшения или увеличения доступности заёмных средств.

Процентная ставка, или СТОИМОСТЬ КАПИТАЛА, является важным фактором принятия инвестиционных решений компанией

(см. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ). Процентная ставка, установленная для определённой ссуды, будет зависеть от таких факторов, как цель и продолжительность займа, количество занимаемых денег, ЗАЛОГА (если таковой имеется) и кредитоспособности заёмщика, а также других факторов, влияющих на степень осознанного риска кредитора при предоставлении займа.

Во время инфляции, когда цены быстро растут, важно различать НОМИНАЛЬНУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ, установленную в договоре на предоставление ССУДЫ, и «реальную», или ЭФФЕКТИВНУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ, которая скорректирована с учётом последствий инфляции, выражающихся в уменьшении реальной величины или покупательной способности полученных процентов (РЕАЛЬНАЯ СТАВКА ПРОЦЕНТА).

См. ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ, ГРАФИК ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ, ПРИВЕДЁННАЯ ГОДОВАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, ЛОНДОНСКАЯ МЕЖБАНКОВСКАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА.

ПРОЦЕНТНОЕ ПОКРЫТИЕ (interest cover) — расчётный показатель степени, в которой доходы фирмы покрывают выплату ПРОЦЕНТОВ по ЗАЙМАМ. Процентное покрытие выражается в виде отношения прибыли после уплаты налогов к величине процентных платежей.

ПРОЦЕНТНЫЙ АРБИТРАЖ (covered interest arbitrage) — заимствование и инвестирование иностранных валют с целью получения дохода на разнице ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК в разных странах. Например, компания может взять кредит в одной валюте (скажем, в фунтах стерлингов), обменять её на другую валюту (например, на доллары США) и инвестировать эту сумму в США. Одновременно эта компания продаёт свои доллары за фунты стерлингов на ФЬЮЧЕРСНОМ РЫНКЕ, обязуясь внести доллары в определённый день. Компания сможет извлечь прибыль из такой сделки, если норма прибыли на её инвестиции в США превысит процентные платежи по долларовому займу и расходы на заключение форвардного валютного контракта. Процентный арбитраж позволяет извлечь прибыли из расхождений во времени (которые в результате этого, как правило, исчезают) между относительными ставками процента в двух странах и форвардными обменными курсами валют двух стран.

См. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭФФЕКТ ФИШЕРА.

ПРЯМОЙ НАЁМ (direct labour) — наём рабочих непосредственно местными или центральными властями с целью выполнения определённых работ, в отличие от найма частными компаниями, с которыми государство заключило контракт. Например,

местные власти сами нанимают на постоянной основе строительных рабочих для ремонта муниципальных зданий, а не поручают эти ремонтные работы местным фирмам.

См. ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, ПРИВАТИЗАЦИЯ.

ПРЯМОЙ НАЛОГ (direct tax) — налог, которым государство облагает доходы и имущество домашних хозяйств и предприятий с целью пополнения казны и в качестве инструмента НАЛОВОГО-БЮДЖЕТНОЙ ПОЛИТИКИ. Примеры прямого налога: ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ, НАЛОГ НА КОРПОРАЦИИ, НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО. Прямые налоги носят прогрессивный характер в том смысле, что выплачиваемая сумма изменяется вместе с доходом и стоимостью имущества налогоплательщика. Напротив, КОСВЕННЫЕ НАЛОГИ регрессивны, поскольку в этом случае каждый выплачивающий налоги потребитель независимо от величины его дохода платит одинаковую сумму.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

ПРЯМЫЕ ЗАТРАТЫ (direct cost) — затраты на основной МАТЕРИАЛ и основной ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ. Прямые затраты, как правило, изменяются пропорционально объёму выпуска.

См. ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ.

ПРЯМЫЕ ИНВЕСТИЦИИ (direct investment) — любые расходы на физические АКТИВЫ, такие как заводы, оборудование и товарно-материальные запасы.

См. ИНВЕСТИЦИИ.

Р

РАБОТА (job) — задание или серия заданий, необходимых для производства товара или услуги. Работы различаются по квалификации, физической пригодности, личностным качествам и другим требованиям, предъявляемым к лицу, выполняющему эту работу, а также по возможности принятия решений в процессе работы и уровню ответственности. Одни работы включают в себя обширный набор рабочих заданий, другие же могут быть разбиты на несколько узко регламентированных действий посредством «разделения труда». Подобная специализация способствует достижению высоких уровней производительности труда в таких областях, как, например, сборка автомобилей, где используются методы массового производства. В других случаях производительность может быть повышена за счёт объединения большого количества рабочих заданий для создания индивидуальных работ. Организация труда оказывает сильное влияние на *удовлетворение от труда* и, следовательно, на количество прогулов, уровень текучести рабочей силы, моральный климат и т. д., которые влияют на производительность. В некоторых случаях процесс специализации был частично повернут вспять программами «*расширение сферы труда*» (добавление новых заданий для большего разнообразия), «*ротация труда*» (смена работ для уменьшения монотонности) и «*обогащение характера труда*» (повышение самостоятельности рабочих в принятии решений, связанных с выполнением данного задания).

РАБОТА НЕПОЛНЫЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ (part-time work) — работа на условиях, в соответствии с которыми рабочее время длится значительно меньше, чем обычная рабочая неделя. В Великобритании работа неполный рабочий день определена как продолжающаяся менее 30 часов в неделю. Работники, работающие менее 30 часов в неделю, не выплачивают взносы в фонды социального страхования.

Преимущества неполного рабочего дня для работодателей заключаются в том, что такая работа оказывается значительно дешевле, а также позволяет приспособить производство к изменениям спроса; например, магазин может быть открыт вечером за счёт использования работников неполный рабочий день. Работа неполный рабочий день может быть также выгодна самим работникам, поскольку позволяет им совмещать несколько работ.

В настоящее время в Великобритании увеличение объёма работ на неполный рабочий день составляет значительную часть роста занятости. Приблизительно 25% занятой рабочей силы работает неполный день. Большинство таких работников составляют женщины.

РАБОТОДАТЕЛЬ (employer) — человек или ФИРМА, которая нанимает ТРУД в качестве ФАКТОРА производства товара или услуги.
Ср. НАЁМНЫЙ РАБОТНИК.

РАБОЧАЯ СИЛА, или **ЗАНЯТОЕ НАСЕЛЕНИЕ** (labour force or working population) — общее количество работников, имеющих в данной стране. Рабочая сила включает в себя людей, занятых на производстве в настоящее время (НАЁМНЫЕ РАБОТНИКИ), САМОЗАНЯТЫХ и безработных. Величина рабочей силы зависит от численности НАСЕЛЕНИЯ данной страны и доли в нем людей, готовых работать (см. ДОЛЯ ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ).

Рабочая сила вместе с ЗАПАСОМ КАПИТАЛА определяет потенциал СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ в данной стране. Ниже показана численность рабочей силы в четырех крупнейших промышленно развитых странах.

Численность рабочей силы, 1991 г. (тыс. чел.)

Великобритания	28 500
Германия	37 200
Япония	62 700
США	123 900

(Источник: OECD)

Структура рабочей силы (в частности, возрастная), а также её численность могут существенно влиять на потенциальное предложение в экономике. В стране с преобладанием доли молодёжи в рабочей силе легче осуществлять переквалификацию работников, необходимую для реализации преимуществ новых технологий.

См. РЫНОК ТРУДА, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ.

РАВНАЯ ОПЛАТА (equal pay) — принцип, в соответствии с которым люди, выполняющие *одинаковую* работу или рабочее

задание, должны получать одинаковую ОПЛАТУ независимо от их возраста, пола или расы. Этот принцип содержится в британском Законе о равной оплате 1970 г. и предусматривает равную заработную плату за разные виды работ, значимость которых одинакова.

РАВНОВЕСИЕ (equilibrium) — сбалансированность, состояние, в котором отсутствует тенденция к изменению.

См. РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА (balance-of-payments equilibrium) — ситуация, когда на протяжении ряда лет страна тратит и инвестирует за границей не больше и не меньше, чем другие страны тратят и инвестируют в ней самой. Таким образом, страна не увеличивает и не сокращает свои МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ РЕЗЕРВЫ.

В нерегулируемом мире весьма маловероятно преобладание равновесного баланса. Всегда будет иметь место активное или пассивное сальдо, однако при условии, что оно будет невелико, к *неравновесию платёжного баланса* можно будет приспособиться. Но следует избегать ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО НЕРАВНОВЕСИЯ, т. е. хронической несбалансированности.

В том случае, если неравновесие все-таки возникло, есть три способа восстановления равновесия платёжного баланса:

(а) *Внешняя корректировка цен.* Изменение ВАЛЮТНОГО КУРСА, включающее в себя (в зависимости от того, какая в данном случае действует система валютных курсов) ДЕВАЛЬВАЦИЮ или РЕВАЛЬВАЦИЮ валюты, нацеленное на то, чтобы сделать экспорт дешевле (дороже), а импорт дороже (дешевле) в иностранной валюте. Например, при экспорте (см. таблицу, а) девальвация обменного курса фунт — доллар с 1.60 до 1.40 долл. за ф. ст. позволила бы британским экспортёрам снизить свои цены на соответствующую величину и тем самым повысить свою ценовую конкурентоспособность на американском рынке.

(б) *Внутренняя корректировка цен и доходов.* Использование дефляционной или рефляционной (см. ДЕФЛЯЦИЯ, РЕФЛЯЦИЯ) кредитно-денежной и фискальной политики с целью изменения цен на отечественные товары и услуги по отношению к товарам и услугам, поставляемым другими странами, с тем чтобы сделать экспорт относительно дешевле (дороже), а импорт дороже (дешевле) в иностранной валюте. Возвращаясь к примеру с экспортом: если бы было возможно снизить внутреннюю цену на британский товар (как это показано ниже), не изменяя валютный курс, то это позволило бы сократить долларовую цену на этот товар на американском рынке и, таким

образом, повысить его ценовую конкурентоспособность по отношению к аналогичным американским товарам. Та же политика используется для изменения внутреннего дохода и расхода (включая расходы на импорт).

(а) Корректировка валютного курса

Внутренняя цена на продукт в Великобритании, ф. ст.	Валютный курс	Цена на британский продукт, экспортируемый в США, долл.
1	1 ф. ст. = 1.60 долл.	1.60
1	1 ф. ст. = 1.40 долл.	1.40

(б) Внутренняя корректировка цен

Внутренняя цена на продукт в Великобритании, ф. ст.	Валютный курс	Цена на британский продукт, экспортируемый в США, долл.
1.00	1 ф. ст. = 1.60 долл.	1.60
0.75	1 ф. ст. = 1.60 долл.	1.20

(в) Торговые и валютные ограничения. Использование ТАРИФОВ, КВОТ, РЕГУЛИРОВАНИЕ ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ и т. п., чтобы воздействовать на цену и доступность товаров и услуг, а также валют, на которые можно приобретать эти товары и услуги.

При СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА небольшое неравновесие платёжного баланса исправляется путём соответствующей внутренней корректировки (б), но фундаментальное неравновесие требует, кроме того, девальвации или ревальвации национальной валюты (а). Однако следует подчеркнуть, что необходимо наличие ряда благоприятных условий, чтобы девальвация или ревальвация оказалась успешной (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ).

Теоретически СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ обеспечивает «автоматическую» ликвидацию неравновесия платёжного баланса на начальной стадии его возникновения (т. е. до того, как оно достигло существенных размеров): дефицит приводит к немедленному снижению, а излишек (активное сальдо) — к немедленному повышению валютного курса (см. ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ). Однако и в этом случае необходимо наличие ряда благоприятных условий, чтобы обесценение или удорожание валюты оказалось успешным.

См. также J-ОБРАЗНАЯ КРИВАЯ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, УСЛОВИЕ МАРШАЛЛА — ЛЕРНЕРА, УСЛОВИЯ ТОРГОВЛИ.

РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ (consumer equilibrium) — точка, в которой потребитель максимизирует свою ОБЩУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ или удовлетворение от расходования ограниченного (фиксированного) дохода. Экономическая проблема потребителя заключается в том, что его расходы ограничены величиной дохода, и поэтому он не в состоянии купить все товары и услуги, которые ему хотелось бы. Учитывая это ограничение, теория спроса предполагает, что цель потребителя — выбрать в соответствии со своими предпочтениями такую комбинацию товаров, которая максимизирует его общую полезность, или удовлетворение. Общая полезность максимизируется тогда, когда ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ пенса, потраченного на товар X , в точности равна предельной полезности пенса, истраченного на все остальные купленные товары, или, иными словами, когда предельные полезности товаров пропорциональны их ценам. Для двух товаров X и Y общая полезность максимизируется, когда:

$$\frac{\text{предельная полезность } X}{\text{цена } X} = \frac{\text{предельная полезность } Y}{\text{цена } Y}.$$

Равновесие потребителя можно также изобразить графически, используя аппарат КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ. См. рис. 97.

См. также ТЕОРИЯ ВЫЯВЛЕННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ, ЭФФЕКТ ЦЕНЫ, ЭФФЕКТ ДОХОДА, ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК, РАЦИОНАЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО.

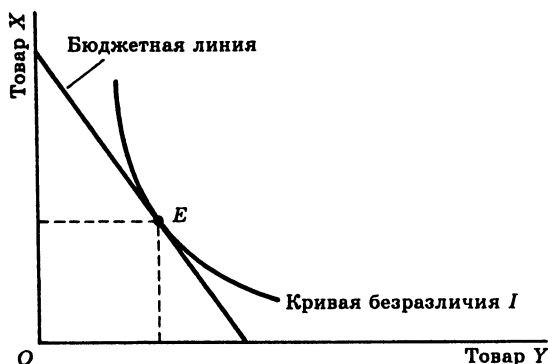


Рис. 97. Равновесие потребителя. Оптимальная комбинация товара X и товара Y представлена точкой E , в которой БЮДЖЕТНАЯ ЛИНИЯ касается кривой безразличия I . В этой точке наклон бюджетной линии (соотношение цен) равен наклону кривой безразличия (соотношение предельных полезностей), и, таким образом, предельные полезности товаров пропорциональны их ценам.

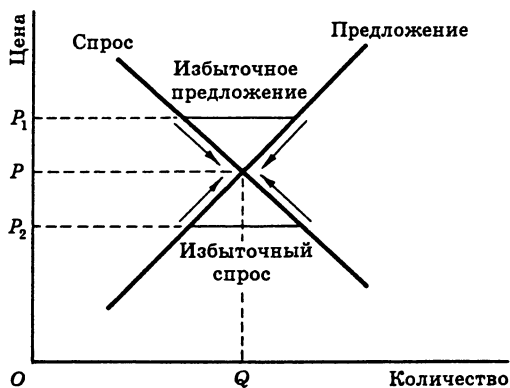


Рис. 98. Равновесная рыночная цена. Равновесная рыночная цена OP определяется пересечением кривых спроса и предложения. Более высокая исходная цена, например OP_1 , приводит к избыточному предложению, которое вызывает ее падение; более низкая исходная цена, например OP_2 , приводит к избыточному спросу, который вызывает ее повышение. Только при цене OP планы потребителей и производителей полностью совпадают.

РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА (equilibrium market price) — ЦЕНА, при которой объем СПРОСА на товар равен объему ПРЕДЛОЖЕНИЯ товара. КРИВАЯ СПРОСА показывает, какое количество товара потребители готовы купить при тех или иных ценах; КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ показывает, какое количество товара производители готовы продать при тех или иных ценах. См. рис. 98.

РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА (equilibrium level of national income) — 1. Уровень НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, при котором совпадают планы производителей и потребителей. Это имеет место в точке пересечения КРИВОЙ СОВОКУПНОГО СПРОСА с КРИВОЙ СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (точка E на рис. 99а). Равновесный доход — необязательно тот уровень дохода, при котором достигается ПОЛНАЯ ЗАНЯТОСТЬ, равновесный уровень дохода может существовать при любой экономической активности. Равновесие полной занятости — особый случай, при котором совокупный спрос равен ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ ВАЛОВОМУ НАЦИОНАЛЬНОМУ ПРОДУКТУ и отсутствует ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ или ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ. Например, на рис. 99б кривая совокупного спроса 2 отражает равновесие в условиях полной занятости, где E_2 соответствует объему выпуска при полной занятости.

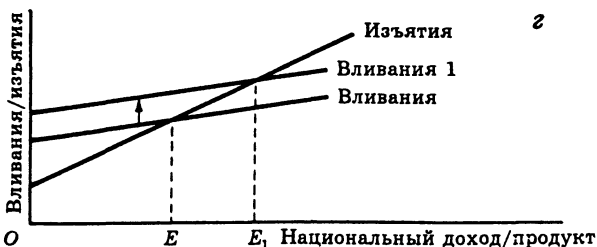
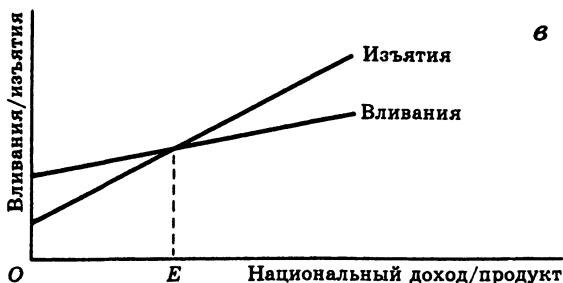
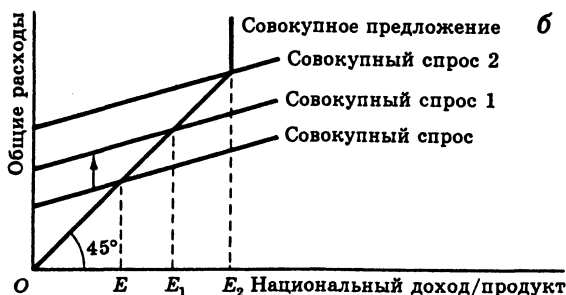
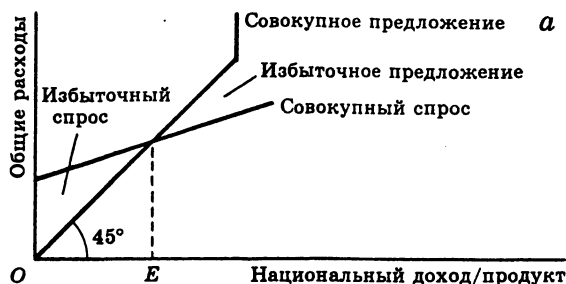
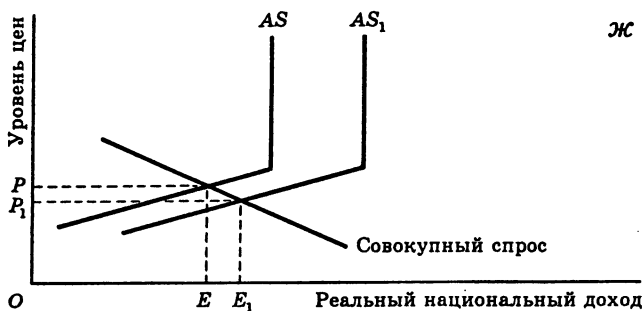
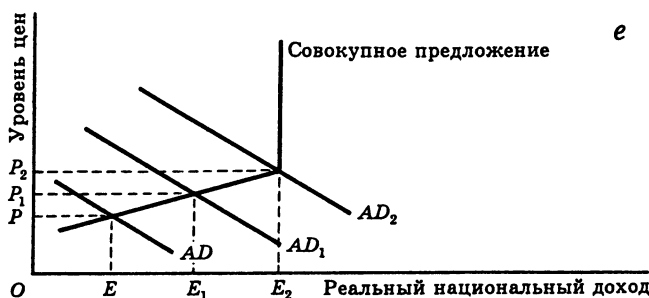
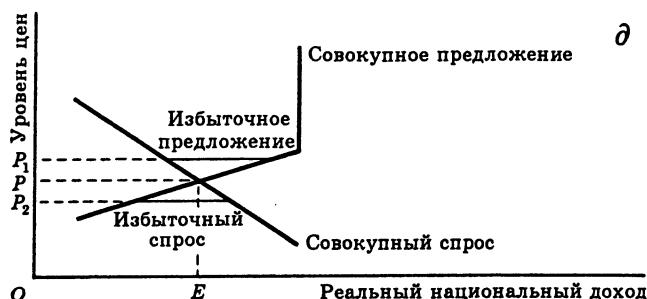


Рис. 99. Равновесный уровень национального дохода. а. Уровень дохода выше точки *E* неустойчив, поскольку суммарные расходы недостаточны, чтобы ску-



пить весь произведенный выпуск. Бизнесмены сталкиваются с незапланированным увеличением запасов и поэтому сокращают производство. Если уровень дохода установился ниже точки E , то совокупный спрос превышает совокупное предложение. Бизнесмены обнаруживают, что могут продавать всю выпущенную в текущем периоде продукцию, и поэтому расширяют производство. б. Равновесный уровень национального дохода изменяется в том случае, если имеет место сдвиг кривой совокупного спроса. Например, если совокупный спрос растёт с AD до AD_1 , то равновесный уровень национального дохода увеличивается с E до E_1 (см. мультипликатор). в. Равновесие достигается при равенстве утечек и вливаний, т. е. в точке E , которая идентична точке E на графике совокупного спроса и совокупного предложения на рис. 556. Если

2. Уровень национального дохода, при котором сумма ВЛИВАНИЙ (инвестиции + государственные расходы + экспорт) равна сумме ИЗЪЯТИЙ (сбережения + налоги + импорт), — *подход к определению национального дохода с точки зрения вливаний и изъятий*. В МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА доходы равны сумме потребления и изъятий, а расходы — сумме потребления и вливаний. См. рис. 99в, г.

3. Уровень реального национального дохода, при котором совокупный спрос равен совокупному предложению. Графически он изображается пересечением кривых совокупного спроса и совокупного предложения при определённом УРОВНЕ ЦЕН. См. рис. 99д, е, ж.

РАЗВИВАЮЩАЯСЯ СТРАНА (developing country or less developed country or undeveloped country or third world country) — страна, в которой уровень ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА и ДОХОДА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ недостаточен, чтобы создать СБЕРЕЖЕНИЯ, необходимые для осуществления значительных ИНВЕСТИЦИЙ в сельское хозяйство и промышленность. Такие страны, как правило, характеризуются большим ПЕРВИЧНЫМ СЕКТОРОМ (обычно это сельское хозяйство). Большая часть НАСЕЛЕНИЯ

утечки превышают вливания, то суммарные расходы будут снижаться, приводя к сокращению дохода и выпуска. Наоборот, если вливания превышают утечки, то суммарные расходы будут расти, приводя к увеличению дохода и выпуска. Доход и выпуск не изменятся только тогда, когда утечки и вливания равны друг другу. г. Равновесный уровень национального дохода будет изменяться, если имеет место сдвиг кривой вливаний или утечек. Например, увеличение инвестиционных расходов вызовет сдвиг кривой вливаний с I до I_1 , приводя к росту равновесного уровня дохода с E до E_1 (см. также ПАРАДОКС БЕРЕЖЛИВОСТИ). д. Совокупный спрос равен совокупному предложению при равновесном уровне цен P . При любом более высоком уровне цен, например P_1 , совокупное предложение превышает совокупный спрос, и возникающее в результате этого избыточное предложение снижает уровень цен до P . При более низком уровне цен, например P_2 , совокупный спрос превышает совокупное предложение, и возникающий при этом избыточный спрос будет повышать уровень цен до P . е. Равновесный уровень реального национального дохода и уровень цен будут изменяться, если имеет место сдвиг кривой совокупного спроса. Например, если совокупный спрос растёт с AD до AD_1 , то равновесный уровень реального дохода увеличивается с E до E_1 , а уровень цен — с P до P_1 . ж. Равновесный уровень реального национального дохода и уровень цен также будут изменяться, если имеет место сдвиг кривой совокупного предложения. Например, если совокупное предложение растёт с AS до AS_1 (ввиду увеличения численности рабочей силы или запаса капитала и т. д.), то равновесный уровень реального дохода увеличится с E до E_1 , а уровень цен снизится с P до P_1 .

существует на крайне низком уровне удовлетворения запросов, производя как раз столько, сколько требуется для того, чтобы покрыть свои первейшие потребности, что делает невозможным высвобождение каких бы то ни было средств для содержания значительного городского населения. Для увеличения численности городского населения, необходимого для проведения ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ, стране следует либо импортировать необходимые товары из-за границы (см. ИМПОРТ) на ИНОСТРАННУЮ ВАЛЮТУ, полученную от ЭКСПОРТА, главным образом первичных продуктов, либо попытаться улучшить свое собственное сельское хозяйство. Ранее считалось, что индустриализация даёт достаточный стимул для прорыва к устойчивому ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РОСТУ. Ныне акцент сместился к росту ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ местного аграрного сектора, позволяющего высвободить ТРУД и товары, необходимые для развития ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА. При соответствующей ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ со стороны промышленно развитых стран, а также при наличии способности и готовности самой развивающейся страны она может превратиться в НОВОИНДУСТРИАЛИЗИРУЮЩУЮСЯ СТРАНУ.

Однако возникают определённые проблемы. Например, необходимо поддерживать достигнутое увеличение реального дохода, для чего следует держать под контролем численность населения. Неграмотность и обычай заводить большую семью, как правило, противодействуют попыткам государства повысить УРОВЕНЬ ЖИЗНИ своих граждан. Кроме того, большую часть своих валютных поступлений такие страны получают от экспорта, главным образом сырья, но по мере индустриализации — также промышленных товаров. В обоих направлениях развивающиеся страны сталкиваются с неблагоприятными тенденциями развития мировой экономики, особенно после скачка цен на нефть в 1973 г., вступления в фазу рецессии и распространения ПРОТЕКЦИОНИЗМА.

См. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ, СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ, ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ЛОВУШКА, МЕЖДУНАРОДНОЕ ТОРГОВОЕ СОГЛАШЕНИЕ, КОНФЕРЕНЦИЯ ООН ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ, МЕЖДУНАРОДНАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ.

РАЗВИТАЯ СТРАНА (developed country) — экономически развитая страна с большой долей промышленности и сферы услуг в народном хозяйстве и высоким ДОХОДОМ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, РАЗВИВАЮЩАЯСЯ СТРАНА, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

РАЗДЕЛЕНИЕ (de-merger) — разъединение компании, возникшей зачастую в результате СЛИЯНИЯ, на две (или более) отдель-

ные компании. Легче всего его произвести, если исходные предприятия, объединившиеся при слиянии, продолжали действовать как отдельные подразделения образовавшейся из них компании. В этом случае компанию А—В, например, можно разбить на две отдельные зарегистрированные компании А и В, причем акционеры исходной компании будут иметь акции *двух* последних. Таким образом, в отличие от ОТТОРЖЕНИЯ (продажа подразделения внешним инвесторам) или УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ВЫКУПА (продажа подразделения его управляющим), по крайней мере в начальный период эти компании не меняют своих собственников (акционеров).

Разделение может иметь место из-за того, что компания, образовавшаяся в результате слияния, не смогла оправдать ожиданий по причине внутренних конфликтов управления или из-за пересмотра ДЕЛОВОЙ СТРАТЕГИИ компании, сконцентрированной отныне на своем основном бизнесе.

РАЗМЕЩЕНИЕ (placing) — средство увеличения нового АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА с помощью выпуска акций компании для «избранной» группы инвесторов, а не для широкой публики.

См. ЭМИССИЯ АКЦИЙ.

РАЗМЕЩЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА (industrial location) — географическое расположение, выбираемое фирмой для выполнения своих экономических функций. Выбор подходящего размещения зависит от многих факторов, из которых можно выделить два наиболее важных: (а) природные условия и характеристики производственной деятельности фирмы (добыча полезных ископаемых или выращивание сельскохозяйственных культур, производство промежуточных или конечных продуктов, предоставление услуг); (б) относительные затраты на производство на различных территориях, сбалансированные относительно бытовых затрат, а также важность минимального расстояния до потребителей как основа создания ОТНОСИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ перед остальными конкурентами.

Некоторые виды производства в территориальном аспекте весьма специфичны. Например, добыча железной руды может производиться только там, где существуют залежи этого полезного ископаемого. Точно так же предприятия, оказывающие те или иные услуги, например розничная торговля, должны располагаться в непосредственной близости от мест сосредоточения потребителей. В то же время для некоторых поставщиков комплектующих изделий может быть выгодно сосредоточить свою деятельность рядом с их основными клиентами для того, чтобы облегчить синхронизацию поставок с потребно-

стью. В этом смысле производство конечного продукта является более «свободным». Определённые территории могут быть предпочтительны из-за их производственных преимуществ, или из-за низкой стоимости труда, или из-за возможностей получения субсидий для осуществления инвестиций (см. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА), или же из-за наличия квалифицированных рабочих и доступа к необходимым факторам производства и т. д. С другой стороны, высокие затраты на сбыт, особенно при реализации крупногабаритных изделий с низкой добавленной стоимостью или реализации в международном масштабе при обложении налогами и импортными квотами, приводят к предпочтению рыночно ориентированного размещения.

См. НОВООБРАЗУЮЩИЕ ИНВЕСТИЦИИ, ПРОМЫШЛЕННАЯ ЗОНА, ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ КОМПАНИЯ, РАЗМЕЩЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

РАЗМЕЩЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (location of industry) — географическое распределение экономической активности. На принятие решения о том или ином размещении фирмы или отрасли влияет множество факторов, например близость к запасам сырья, доступность трудовых ресурсов, наличие качественных систем связи и транспорта, близость к рынкам. Как только промышленность начинает функционировать в некотором районе, этот район становится опорным пунктом её дальнейшей экспансии, непосредственно притягивая предпринимателей сопряжённых с деятельностью этой промышленности сфер (поставка компонентов, различные вспомогательные услуги и т. д.), и косвенно — другие фирмы и отрасли через эффекты ВНЕШНЕЙ ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА и регионального МУЛЬТИПЛИКАТОРА. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА также оказывает значительное влияние на РАЗМЕЩЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА.

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ (resource allocation) — размещение ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА в экономике между альтернативными способами использования в соответствии со структурой потребительского спроса (которая, в свою очередь, отражает некоторый заданный уровень национального дохода и его распределение). Оптимальное размещение ресурсов достигается, когда пропорции, в которых сочетаются факторы при производстве ТОВАРОВ и УСЛУГ, отражают их относительные затраты таким образом, что стоимость производства минимальна, и когда выпуск товаров и услуг полностью отражает соотношение потребительских предпочтений в отношении этих товаров и услуг (см. ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО).

В частности, оптимальное размещение ресурсов достигается, когда на каждом рынке цена товара или услуги полностью

соответствует *наименьшим* экономическим затратам их производства.

См. ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.

РАЗНООБРАЗИЕ (АССОРТИМЕНТА) (variety) — число различных продуктов, продаваемых фирмой. Фирма может производить много различных продуктов и много разновидностей каждого продукта для того, чтобы получить доступ к большинству сегментов рынка и максимизировать потенциальный объём продаж. Однако обеспечение разнообразия может быть дорогостоящим мероприятием, если производство разнообразных товаров малыми партиями увеличивает затраты на единицу продукции, а продвижение большего количества сортов товаров увеличивает маркетинговые затраты. Таким образом, фирмам необходимо найти оптимальное соотношение между разнообразием и СТАНДАРТИЗАЦИЕЙ (в качестве элемента политики ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА).

РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА (product development) — процесс развития новых продуктов, которые фирма может продавать на существующих и будущих рынках. Динамические характеристики рынков, проявляющих тенденцию к росту или снижению во времени (см. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА), должны учитываться фирмой, чтобы создавать свои новые торговые марки для замещения тех, которые становятся менее популярными. Более того, способность фирмы внедрять новые продукты, обладающие лучшими характеристиками, чем уже существующие изделия, может улучшить положение фирмы относительно конкурентов на олигопольных рынках (см. ОЛИГОПОЛИЯ), на которых производители конкурируют в основном с помощью ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТОВ.

См. НОМЕНКЛАТУРА ПРОДУКЦИИ, ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ.

РАЗРЕШЕНИЕ НА СОЗДАНИЕ КОРПОРАЦИИ (certificate of incorporation) — свидетельство, выпускаемое для новой АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, МЕМОРАНДУМ ОБ АССОЦИИИ И УСТАВ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА которой приняты РЕГИСТРАТОРОМ КОМПАНИЙ. Компания юридически начинает свое существование с момента её регистрации и с этого времени заключает контракты и т. п. под собственным названием.

РАЙОН РАЗВИТИЯ (development area) — крайне ОТСТАЛЫЙ РАЙОН, который в рамках РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ страны признан нуждающимся в промышленном возрождении. В таких

случаях обычно, чтобы поощрить создание новых фирм, расширение уже существующих и образование новых отраслей, используют разного рода стимулы к инвестированию: инвестиционные субсидии и льготы, налоговые списания, освобождение предприятий от арендных и процентных платежей или снижение последних.

В Великобритании фирмам, вкладывающим свой капитал в районы развития, предлагается ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА с целью покрытия затрат на капитал и профессиональную подготовку тех проектов, которые отвечают определенным критериям в плане создания новых рабочих мест.

РАСПОЛАГАЕМЫЙ ДОХОД (disposable income) — сумма текущего дохода, остающаяся в распоряжении домохозяйств после уплаты личного ПОДОХОДНОГО НАЛОГА и ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ. Располагаемый доход может быть еще меньше, если домохозяйства производят платежи по долгосрочным контрактам: взносы в пенсионные фонды (см. ПЕНСИЯ) и платежи по ЗАКЛАДНЫМ. Располагаемый доход — важная составляющая расходов на ПОТРЕБЛЕНИЕ и СБЕРЕЖЕНИЙ в экономике.

См. ГРАФИК ПОТРЕБЛЕНИЯ, ГРАФИК СБЕРЕЖЕНИЙ.

РАСПОЛОЖЕНИЕ ФИРМЫ (firm location) — район, избираемый фирмой для размещения своего предприятия. Фирма, максимизирующая прибыль, стремится расположиться там, где её производственные и сбытовые затраты минимизируются при данном доходе. Зачастую фирмы stanовятся перед дилеммой: располагаться ли близко к рынку сбыта (чтобы сократить затраты на реализацию продукции) или близко к источникам сырья (чтобы сократить расходы на транспортировку материалов). Эти затраты должны быть уравновешены. У некоторых фирм в этом отношении выбор невелик. Так, компании сферы услуг вынуждены располагаться вблизи потребителей, а добывающие предприятия — рядом с месторождениями. Многие фирмы относительно независимы и могут размещаться где угодно, ориентируясь на общую «привлекательность» того или иного района: качество местной транспортной, информационной и образовательной инфраструктуры, а также уровень квалификации и репутации рабочей силы данного района и т. д.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

РАСПОРЯЖЕНИЕ О НАЗНАЧЕНИИ ЦЕН, 1979 (Price marking (bargain offers) order, 1979) — британская директива, выпущенная с соответствия с ЗАКОНОМ О ЦЕНАХ, 1974 г., которая запрещает продавцам делать неясные или ложные заверения при объявлении ЦЕНЫ, такие как «стоящий 10 фунтов у нас

продаётся за 5» и «скидка более 50%», а также сравнивать свои цены с ценами других продавцов. При назначении цены «истинные» утверждения должны содержать информацию о предыдущих ценах продавца (а именно о ценах, которые продавец назначал в течение по крайней мере 28 последовательных дней из предыдущих 6 месяцев) или о РЕКОМЕНДУЕМОЙ РОЗНИЧНОЙ ЦЕНЕ производителя.

См. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ (income distribution) — распределение НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА между различными ФАКТОРАМИ РАСХОДА (ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА) или между отдельными продавцами факторов и другими получателями (ЛИЧНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА).

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ (incidence of taxation) — размещение НАЛОГА между конечными плательщиками. Например, личный ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ платит налогоплательщик, несущий бремя налога. В других случаях бремя налога может быть переложено на других. Предположим, например, что налоговая власть облагает НАЛОГОМ с ФОНДА ОПЛАТЫ ТРУДА фирмы, которые рассматривают налог как увеличение затрат на производство и поднимают цены на эквивалентную величину. Таким образом, всю тяжесть налогового бремени несет не фирма, а покупатели её продукции.

Распределение КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ (таких как АКЦИЗЫ или НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ) в основном зависит от ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ (и ПРЕДЛОЖЕНИЯ) на продукты, облагаемые налогом. Если спрос на продукт высокоэластичен по цене, всю тяжесть налога несёт производитель; если спрос на продукт неэластичен по цене, большую часть налога платят покупатели. На рис. 100 изображены обе ситуации.

На рис. 100 величина косвенного налога, изображаемая длинной отрезка BE , сдвигает кривую предложения вверх из положения S в положение S_1 . Эффект налога состоит в увеличении равновесной цены с OP до OP_1 и снижения равновесного объёма продаж с OQ до OQ_1 . Если спрос на продукт эластичен по цене, как на рис. 100а, увеличение цены незначительно, а уменьшение объёма продажи велико; в этом случае производители несут основную часть налогового бремени сами из-за того, что объём продажи падает и уменьшается прибыль. Напротив, если спрос на продукт неэластичен по цене, как на рис. 100б, цена вырастает намного, а объём продаж снижается незначительно; в этом случае покупатели несут основную часть налогового бремени в форме более высоких цен. Относительная тя-

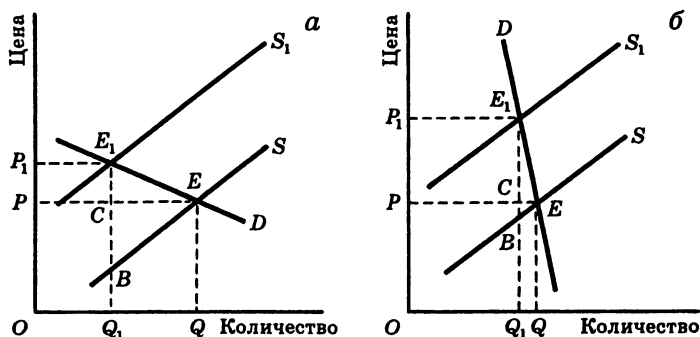


Рис. 100. Распределение налогового бремени.

жесть налога, которую несут потребители, равна CE_1 , а производители — BC .

Определяя, какие блага должны облагаться косвенными налогами, правительства обычно останавливаются на таких продуктах, как сигареты и спиртные напитки, спрос на которые очень неэластичен по цене, чтобы всю тяжесть этого налога несли покупатели, а отрицательное влияние на предложение и на занятость было минимальным.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, ПРИНЦИПЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, НЕЙТРАЛЬНЫЕ НАЛОГИ.

РАСХОДОВАНИЕ СБЕРЕЖЕНИЙ (dissaving) — превышение текущих расходов на потребление над текущим располагаемым доходом. Эта разница покрывается домашними хозяйствами за счёт их прошлых сбережений.

См. ГРАФИК СБЕРЕЖЕНИЙ.

РАСХОДЫ (expenditure) — затраты покупателей на приобретение благ или активов. Расходы на какое-либо благо или актив равны произведению цены блага или актива на купленное количество, т. е. равны общей выручке.

В агрегированном виде расходы домашних хозяйств, бизнесменов и государства (см. ПОТРЕБЛЕНИЕ, ИНВЕСТИЦИИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ) образуют совокупный спрос, который (совместно с совокупным предложением) определяет уровень экономической активности.

РАСХОДЫ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ (consumption expenditure) — часть национального дохода или располагаемого дохода, затрачиваемая домашними хозяйствами на конечные товары и услуги. Расходы на потребление — наибольший компонент совокупного спроса и совокупных расходов в модели круго-

ОБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Это одна из самых стабильных компонент совокупного спроса, испытывающая незначительные колебания во времени.

См. ГРАФИК ПОТРЕБЛЕНИЯ, ЭФФЕКТ ВЕБЛЕНА.

РАСЧЁТНЫЙ ПЕРИОД (account period) — специально определённое время для купли-продажи ЦЕННЫХ БУМАГ на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ. На британском фондовом рынке вся торговля происходит в течение ряда непрерывно следующих друг за другом расчётных периодов. Все сделки по купле-продаже, заключённые в течение определённого расчётного периода, должны быть оплачены и завершены вскоре по его окончании.

РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА (capital widening) — увеличение затрат КАПИТАЛА в экономике (см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ) с темпом, равным темпу увеличения затрат ТРУДА, в результате которого соотношение капитала и труда, используемых в производстве национального продукта, остается неизменным.

См. УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА, ФОНДОВООРУЖЕННОСТЬ, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

РАСШИРЕНИЕ ТОРГОВЛИ (trade creation) — увеличение объёма МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ (и экономического благосостояния), происходящее в результате сокращения или уничтожения торговых барьеров, например ИМПОРТНЫХ ПОШЛИН и КВОТ. Снижение тарифов и т. д. может быть проведено по инициативе какой-нибудь одной страны с помощью образования ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА, или ЗОНЫ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ, или, что более распространено, путём международных переговоров (см. ОБЩЕЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ).

Действие снижения тарифа, приводящее к расширению торговли, показано на рис. 101, где для упрощения представлены только одна страна и один продукт.

Кривые DD и SS являются кривыми внутреннего спроса и предложения на продукт в стране A . Мировая цена предложения этого продукта равна W . Первоначально страна A устанавливает тариф на импорт этого продукта, повышая его цену на внутреннем рынке до W_1 . При цене W_1 внутреннее производство будет равно OP , внутреннее потребление OC и импорт PC . Снятие тарифа сокращает цену продукта на внутреннем рынке до W . При цене W импорт увеличивается до P_1C_1 , внутреннее производство падает до OP_1 , а внутреннее потребление увеличивается до OC_1 . На внутреннем рынке происходит увеличение экономического благосостояния от этого расширения торговли, соответствующее двум треугольникам — XYZ и RST . XYZ является «выигрышем» производства, произошедшим в резуль-

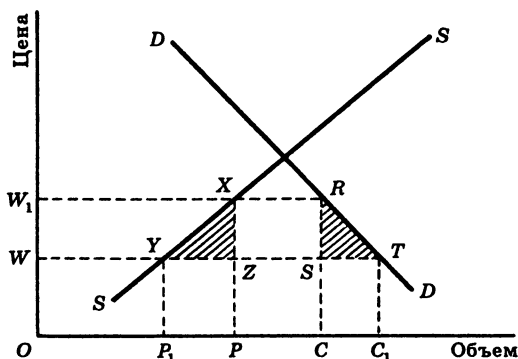


Рис. 101. Расширение торговли.

тате перемещения факторов производства в более эффективные сферы использования, RST является «выигрышем» в потреблении, произошедшим в результате понижения цены для потребителей.

См. ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ТОРГОВЛИ, ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ.

РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ (rationalization) — реорганизация отрасли или фирмы с целью создания для неё возможности более эффективного использования своих ресурсов. Рационализация обычно предполагает закрытие заводов с высокими затратами (либо через слияние фирм, либо путём их выхода из отрасли), что затем позволяет сконцентрировать выпуск на заводах, имеющих минимально эффективный размер, и позволяет достигнуть лучшего баланса между отраслевым предложением и спросом путём устранения избыточной мощности. Внутри фирмы рационализация может предполагать упрощение её организационной структуры для сокращения накладных затрат.

См. также ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ВЯЛОСТЬ.

РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ (rational behavior) — см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК.

РАЦИОНАЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ, или **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РАЦИОНАЛЬНОСТЬ** (consumer rationality or economic rationality) — предпосылка теории спроса, согласно которой ПОТРЕБИТЕЛИ стремятся при совершении покупок получить максимально возможное удовлетворение от имеющихся в их распоряжении денежных средств. Так как в экономической теории для получения рыночных кривых СПРОСА суммируются кривые

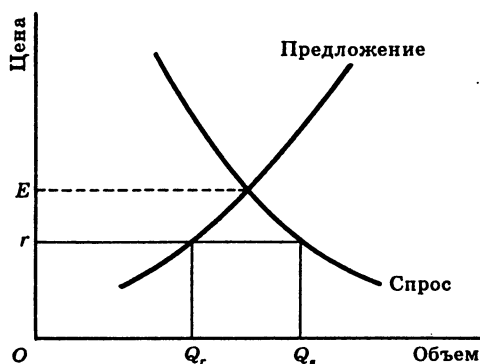


Рис. 102. Рационирование.

спроса отдельных домашних хозяйств, то если даже поведение нескольких домашних хозяйств нерационально, это не имеет никакого значения, поскольку большинство потребителей или домашних хозяйств ведут себя рационально.

См. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК.

РАЦИОНИРОВАНИЕ (rationing) — способ распределения продукта, предложение которого меньше спроса (ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС). На свободном рынке такая ситуация не возникает — избыточный спрос «устраняется», а дополнительное предложение поощряется увеличением цены продукта (см. РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА). Но если цена зафиксирована ниже своего равновесного значения (например, правительством, желающим не допустить роста цен на такие важнейшие продукты, как продовольственные товары), то карточная система является единственным практическим способом справедливого распределения имеющегося количества продукта между потребителями.

Например, если цена продукта зафиксирована правительством на уровне O_r (рис. 102), то необходимо рационировать распределение выпуска, которое производители согласны предложить к продаже (OQ_r) по этой цене среди потребителей, которые предъявляют спрос на большее количество OQ_s .

См. также ЧЕРНЫЙ РЫНОК, КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ.

РЕАЛЬНАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, или **РЕАЛЬНЫЙ ДОХОД** (real wage or real income) — ставка ДЕНЕЖНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, разделённая на общий УРОВЕНЬ ЦЕН покупаемых на заработную плату продуктов. Символически это записывается как W/P . Если, например, заработная плата и цены одновременно увели-

чиваются, скажем, на 10% по сравнению с начальным индексом 100, исходное соотношение W/P равно $100/100 = 1$, и новое соотношение тоже равно $110/110 = 1$. Увеличение реальной заработной платы происходит, когда заработная плата увеличивается быстрее, чем цены, или когда они вообще не изменяются. В последнем случае увеличение заработной платы на 10% даст соотношение $110/100 = 1.1$, делая, таким образом, получателя зарплаты на 10% богаче вследствие того, что он имеет возможность купить на 10% больше продуктов на свою новую зарплату.

Анализ связи реальной и денежной заработной платы с уровнем занятости и выпуска уже длительное время является одной из центральных тем дискуссий в экономической науке, хотя обычно считается, что именно реальная заработная плата определяет уровень занятости, а не денежная.

См. КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, КЕЙНСИАНСКАЯ ТЕОРИЯ, ДЕНЕЖНАЯ ИЛЛЮЗИЯ.

РЕАЛЬНАЯ СТАВКА ПРОЦЕНТА (real interest rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, выплачиваемая по ЗАЙМУ, откорректированная с учётом ИНФЛЯЦИИ. Если заёмщик должен заплатить, к примеру, 10% (НОМИНАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА) по займу в течение года, в котором темп инфляции составил 6%, тогда реальная процентная ставка будет равна только 4%. Инфляция сокращает реальное бремя процентных выплат для заёмщиков, сокращая в то же время реальное вознаграждение кредиторов.

См. ЭФФЕКТ ФИШЕРА.

РЕАЛЬНАЯ ЦЕНА (real price) — ЦЕНА некоторого ПРОДУКТА или ЦЕННОЙ БУМАГИ, измеренная в постоянных ценах для устранения влияния ИНФЛЯЦИИ. Напримёр, при увеличении цены продукта с 0.9 ф. ст. до 1 ф. ст. (на 10%) с 1990 до 1992 г., если в этот период общий уровень цен вырос на 20%, реальная цена этого продукта в действительности упала. Ср. НОМИНАЛЬНАЯ ЦЕНА.

См. ИНДЕКС ЦЕН.

РЕАЛЬНЫЕ ВЕЛИЧИНЫ (real values) — измерение агрегированных величин в экономике (например, ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА), скорректированное на изменение УРОВНЯ ЦЕН (т. е. выражающее ценность в постоянных ценах). Так, ниже показано, что ВВП Великобритании (реальный доход) упал в реальном выражении с 1990 по 1991 г., хотя измеренный в текущих (подверженных влиянию инфляции) ценах ВВП вырос.

Валовой внутренний продукт Великобритании

	Постоянные цены (1985) млрд ф. ст.	Текущие цены млрд ф. ст.
1990	418	550
1991	409	574

См. ДЕФЛЯТОР ВВП.

РЕАЛЬНЫЕ КАССОВЫЕ ОСТАТКИ (real balance) — реальная покупательная способность денежных остатков. Истинная ценность денег определяется не их номиналом, а их способностью покупать блага, служащие удовлетворению желаний. Если бы цены выросли вдвое, РЕАЛЬНАЯ ЦЕНА хранимых денежных остатков уменьшилась бы вдвое.

См. ЭФФЕКТ РЕАЛЬНЫХ КАССОВЫХ ОСТАТКОВ.

РЕАЛЬНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС (real exchange rate) — ВАЛЮТНЫЙ КУРС некоторой валюты, выраженный в постоянных ценах для того, чтобы учесть действие ИНФЛЯЦИИ. Например, если в стране наблюдаются более высокие темпы внутренней инфляции, чем у её торговых конкурентов, её ЭКСПОРТ станет более дорогим, чем экспорт её конкурентов, а её ИМПОРТ дешевле, чем внутренний продукт, если только курс её валюты не упадет для погашения полностью разницы в инфляции. В ситуации, когда валютные курсы определены международным соглашением или рыночными силами, которые не отражают относительные темпы инфляции, номинальные курсы могут значительно отличаться от реальных валютных курсов. Реальный валютный курс отдельной страны является наиболее важным показателем её МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.

См. ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ.

РЕАЛЬНЫЙ ДОХОД (real income) — см. РЕАЛЬНАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА.

РЕВАЛЬВАЦИЯ 1 (appreciation) — повышение курса одной ВАЛЮТЫ по отношению к другим валютам при СИСТЕМЕ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ. Повышение стоимости валюты делает ИМПОРТ (в местной валюте) дешевле, а ЭКСПОРТ (в местной валюте) дороже, тем самым вызывая увеличение импорта и сокращение экспорта и помогая ликвидировать излишек ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА и избыточное накопление МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ.

То, насколько эффективным было повышение курса в ликвидации излишка платёжного баланса, зависит от реакции экспорта и импорта на изменение относительных цен, т. е. от ЭЛА-

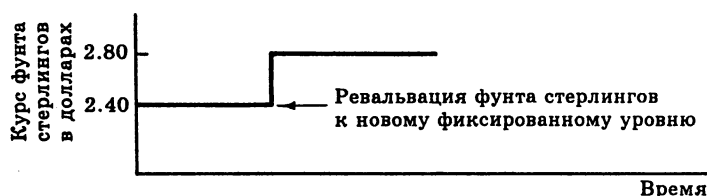


Рис. 103. Ревальвация фунта стерлингов относительно доллара.

СТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ на экспорт и импорт. Если спрос неэластичен, то объёмы торговли изменяются ненамного и повышение курса может привести даже к увеличению излишка. Если же спрос на экспорт и импорт эластичен, то изменение объёмов торговли вызовет снижение излишка. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА будет восстановлено, если сумма эластичностей экспорта и импорта больше единицы (УСЛОВИЕ МАРШАЛЛА — ЛЕРНЕРА). Ср. РЕВАЛЬВАЦИЯ 2, ДЕВАЛЬВАЦИЯ.

См. МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

2 (revaluation) — административное повышение курса одной валюты по отношению к другим валютам при СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННЫХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ. В качестве примера на рис. 103 представлено увеличение стоимости фунта стерлингов по отношению к доллару США с одного фиксированного значения до более высокого. Целью ревальвации является устранение положительного сальдо в ПЛАТЁЖНОМ БАЛАНСЕ страны и избыточного накопления МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЗЕРВОВ. Ревальвация делает ИМПОРТ более дешёвым (в местной валюте) и ЭКСПОРТ более дорогим (в валюте покупателя), поощряя, таким образом, дополнительный импорт и понижая спрос на экспорт.

Насколько успешным будет осуществление ревальвации для устранения излишка платёжного баланса, зависит от реакции объёма экспорта и импорта на изменение соотношения цен, т. е. ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ на экспорт и импорт. Если спрос является неэластичным, то объёмы торговли изменятся незначительно и ревальвация может в действительности увеличить этот излишек. Если же спрос на экспорт и импорт является эластичным, изменение объёмов торговли приведёт к устранению излишков. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА будет восстановлено, если сумма эластичностей для экспорта и импорта больше единицы (УСЛОВИЯ МАРШАЛЛА — ЛЕРНЕРА).

Кроме того, будет ли «работать» ревальвация для восстановления равновесия платёжного баланса, зависит от ряда факто-

ров, включая реакцию фирм страны и влияние других правительственных мер на протяжении более длительного периода (например, контроль над инфляцией). Что касается делового мира, то ревальвация делает импорт более конкурентным по цене, оказывая давление на внутренних производителей, заставляющее их либо снизить цены, либо положиться на рекламу и продвижение продаж. Точно так же на экспортных рынках: фирма может предпочесть не повышать цену своей продукции, соглашаясь на более низкую прибыль ради сохранения доли рынка. Таким образом, в коротком периоде ревальвация ставит под угрозу текущую прибыльность и рыночное положение фирм, заставляя фирмы уменьшать затраты путём повышения производительности и придавать большее значение ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА как способу сохранения конкурентоспособности по отношению к иностранным производителям. Ср. ДЕВАЛЬВАЦИЯ.

См. МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

РЕГИОНАЛЬНАЯ БЕЗРАБОТИЦА (regional unemployment) — форма СТРУКТУРНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ, вызванная упадком определённых отраслей (например, кораблестроительной или сталелитейной), которые сконцентрированы в отдельных регионах страны.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА (regional policy) — политика, нацеленная на устранение значительных несоответствий показателей БЕЗРАБОТИЦЫ или ДОХОДА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ в разных регионах. Основной используемый метод заключается в распределении промышленной деятельности между регионами таким образом, чтобы избежать незанятости трудовых или капитальных ресурсов в угнетённых районах и нежелательной перегрузки более процветающих районов. Особое значение в региональной политике придаётся возрождению районов, которые находятся в промышленном упадке, стимулируя новые фирмы и отрасли размещать производство в этих районах или осуществлять инвестиции (внутренне инвестиционный подход, предполагающий перемещение работы к рабочим). Смысл такого подхода заключается в том, что проблемы областей, находящихся в состоянии депрессии, происходят главным образом из-за чрезмерной специализации этих областей на отдельных отраслях, которые начинают приходить в упадок (например, угольные шахты Южного Уэльса, кораблестроение северо-восточной Англии, хлопчатобумажная отрасль в Ланкашире и т. д.), а не от какого-то фундамен-

тального экономически невыгодного положения. Соответственно требуется именно ДИВЕРСИФИКАЦИЯ промышленной базы таких районов для создания условий появления новых рабочих мест, что вызывает рост местных расходов, увеличивающих инвестиции, и через эффект МУЛЬТИПЛИКАТОРА повышает уровень доходов.

Для реализации внутреннего инвестиционного подхода в региональной политике используют следующие способы:

(а) обеспечение финансовых стимулов (инвестиционных грантов, «мягких займов» под низкий процент, освобождения от уплаты налогов, арендной платы и т. д.) фирмам, намеревающимся размещать производство в обозначенных развивающихся районах или промежуточных районах;

(б) непосредственный контроль над производственными и офисными помещениями для предотвращения переноса производства фирмами за пределы развивающихся районов;

(в) инвестирование правительством средств в ИНФРАСТРУКТУРУ, особенно в улучшение автодорог, сети железных дорог и общих условий жизни.

Критики этого подхода к региональной политике считают, что принуждение фирм размещать производство в районах, которые могут им не подходить, и субсидирование их деятельности могут нанести ущерб экономической эффективности. Тем не менее нет оснований полагать, что это действительно так.

В Великобритании ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА РЕГИОНОВ является главным средством, используемым для предоставления помощи фирмам, осуществляющим инвестиции в развивающиеся и промежуточные области.

Альтернативный возможный подход, заключающийся вощернении выезда людей из регионов, находящихся в состоянии депрессии (подход «перемещение рабочих к работе»), не находит поддержки, так как он не только усиливает проблемы самих регионов (потерю квалифицированных рабочих, сокращение уровня местных расходов и доходов и т. д.), но также создаёт трудности для «получающих» районов, особенно если они уже перенасыщены жилыми домами, школами и т. д.

См. ЗОНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ЕВРОПЕЙСКИЙ ФОНД РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ, СТРУКТУРНАЯ БЕЗРАБОТИЦА, ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, РАЗМЕЩЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, РАЗМЕЩЕНИЕ ФИРМЫ.

РЕГИСТРАТОР КОМПАНИИ (company registrar) — должностное лицо АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, которое отвечает за ведение реестра акций, выпуск новых АКЦИОНЕРНЫХ СЕРТИФИКАТОВ и за аннулирование устаревших сертификатов на акции, купленные и проданные на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ.

Многие компании, однако, предпочитают решать эти задачи, заключая договоры со специальными институтами, зачастую — с отделениями коммерческих банков.

Описанную выше роль регистратора компании не следует смешивать с ролью государственного РЕГИСТРАТОРА КОМПАНИЙ, который осуществляет наблюдение за *всеми* акционерными компаниями.

РЕГИСТРАТОР КОМПАНИЙ (Registrar of companies) — правительственный чиновник, который осуществляет запись всех АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЙ, действующих в Великобритании. Все акционерные компании должны представить Регистратору копии МЕМОРАНДУМА ОБ АССОЦИИИ и УСТАВА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА после его образования, а большие компании должны присылать свои ежегодные отчёты и счета. Любой потенциальный кредитор или инвестор может воспользоваться реестром компаний для получения необходимой информации об отдельной компании.

РЕГИСТРАТОР ОБЩЕСТВ ВЗАИМНОГО СТРАХОВАНИЯ (registrar of friendly societies) — чиновник (подчинённый ДЕПАРТАМЕНТУ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ), который поддерживает реестр всех ОБЩЕСТВ ВЗАИМНОГО СТРАХОВАНИЯ в Великобритании и осуществляет надзор за их деятельностью.

РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ (regression taxation) — НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, при котором ставка налога уменьшается по мере увеличения дохода. При этой форме налогообложения большую долю налогов собирают с налогоплательщиков, имеющих низкие доходы, чем с налогоплательщиков с более высоким доходом. Косвенные налоги (например, налог на добавленную стоимость или акциз) становятся регрессивными, когда взимаются как доля общего чистого дохода. Например, если единица продукта стоит 100 ф. ст., а налог на добавленную стоимость составляет 15%, тогда 15 ф. ст. по отношению к чистой заработной плате 200 ф. ст. в неделю (7.5%) больше, чем 15% для другого лица, зарабатывающего 600 ф. ст. в неделю (2.5%). Бремя налогообложения таким образом больше ложится на менее обеспеченных членов общества и такой налог не может считаться пропорциональным. Ср. ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ПРОПОРЦИОНАЛЬНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

См. также ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ.

РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ (regression analysis) — статистический метод, используемый в ЭКОНОМЕТРИКЕ для оценки УРАВНЕНИЯ, которое в наибольшей мере соответствует совокупности

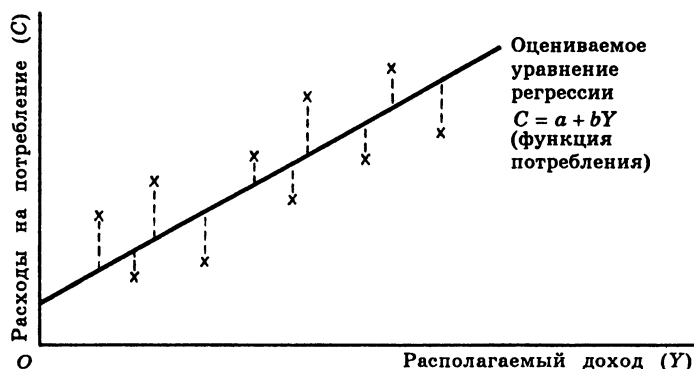


Рис. 104. Регрессионный анализ.

наблюдений ЗАВИСИМЫХ ПЕРЕМЕННЫХ и НЕЗАВИСИМЫХ ПЕРЕМЕННЫХ и тем самым дающий наилучшую оценку истинного соотношения между этими переменными. С помощью оцененного таким образом уравнения можно предсказать, какой будет (неизвестная) зависимая переменная для данного значения (известной) независимой переменной.

Если взять простейший пример линейного уравнения со всего одной независимой переменной и одной зависимой переменной (скажем, располагаемый доход и потребительские расходы), задача будет заключаться в подборе прямой линии к совокупности данных, состоящих из пар наблюдений дохода (Y) и потребления (C). На рис. 104 графически представлено множество таких пар наблюдаемых значений, и нам нужно найти уравнение прямой линии, которая лучше всего подходит к нашим данным, так как эта линия даст лучшие прогнозы зависимой переменной. Линию, которая лучше всего подходит к данным, нужно выбирать так, чтобы сумма квадратов значений вертикальных отклонений точек от линии была минимальной. Этот метод *наименьших квадратов* применяется при анализе большинства регрессий. *Степень приближения* регрессионной линии к наблюдениям измеряется КОЭФФИЦИЕНТОМ КОРРЕЛЯЦИИ.

Изображенная на рис. 104 линия описывается линейным уравнением вида

$$C = a + bY,$$

где коэффициенты уравнения, a и b , — оценки (основанные на отдельных наблюдениях) истинных параметров совокупности.

Эти постоянные (a и b), полученные методом наименьших квадратов, называются оцененными коэффициентами регрессии. После того как их численные значения определены, они могут использоваться для предсказания значений зависимой переменной (C) на основе значений независимой переменной (Y). Например, если оцененные коэффициенты регрессии a и b равны 1000 и 0.9 соответственно, уравнение регрессии будет выглядеть как $C = 1000 + 0.9Y$, и мы можем предсказать, что при располагаемом доходе 10 000 потребительские расходы составят

$$\begin{aligned}C &= a + bY, \\C &= 1000 + 0.9Y = \\&= 1000 + 0.9 \cdot 10\,000 = \\&= 10\,000.\end{aligned}$$

Коэффициент наклона линии регрессии (b) особенно важен в экономической науке, так как он показывает изменение зависимой переменной (в данном случае потребления), вызываемое изменением независимой переменной (в данном случае дохода) на одну единицу. Например, значение b , равное 0.9, предполагает, что население тратит на потребление 90% дополнительного дохода.

Регрессионное уравнение не даёт точного прогноза зависимой переменной для любого заданного значения независимой переменной, так как коэффициенты регрессии, оцененные на основе выборочных наблюдений, являются лишь наилучшей оценкой действительных характеристик совокупности и подвержены случайным искажениям. Чтобы учесть погрешности оцененного уравнения регрессии, изображающего действительные закономерности поведения всего населения на основе выборочного наблюдения, уравнение регрессии обычно записывают как

$$C = a + bY + e,$$

где e — дополнительный *остаточный член* — отражает остаточное действие случайной вариации и действие других независимых переменных (например, влияние процентных ставок на потребительский кредит), которые воздействуют на потребительские расходы, но в уравнение регрессии явным образом не включены.

Там, где предполагается, что на зависимую переменную существенно влияет более чем одна независимая переменная, используется метод множественной линейной регрессии. Этот метод предполагает составление уравнения множественной ли-

нейной регрессии, включающей две или больше независимых переменных, как например

$$C = a + bY + dI + e,$$

где I — ставка процента по потребительскому кредиту, а d является дополнительным коэффициентом регрессии, относящимся к этой дополнительной независимой переменной. Оценка этого уравнения множественной регрессии методом наименьших квадратов предполагает подбор трёхмерной плоскости к совокупности выборочных наблюдений потребительских расходов, располагаемого дохода и процентных ставок таким образом, чтобы минимизировать квадраты отклонений наблюдаемых значений от плоскости. Выборочные наблюдения могут использоваться для нахождения числовых оценок трёх коэффициентов регрессии (a , b и d) в указанном уравнении.

См. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ.

РЕГУЛИРОВАНИЕ (regulation) — контроль экономической деятельности со стороны правительства или какого-либо другого регулирующего органа (например, ассоциации промышленной торговли). Регулирование может включать в себя КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ для регулирования инфляции, РЕГУЛИРОВАНИЕ ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ, регулирование потоков валют и ПОЛИТИКУ В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ для регулирования отдельных рынков. Специальными регулированию могут подвергаться отдельные отрасли или виды деятельности, например ценовой контроль находящихся в частной собственности КОММУНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ (например, «OfTel», который регулирует цены телефонной связи в Великобритании) или регулирование финансовых услуг со стороны Банка Англии и Управления по ценным бумагам и инвестициям.

См. ДЕРЕГУЛИРОВАНИЕ.

РЕГУЛИРОВАНИЕ НОРМЫ ОТДАЧИ (rate of return regulation) — установление правительством максимально допустимого уровня ПРИБЫЛИ, получаемой производителем в условиях МОНОПОЛИИ. Регулирование прибыли широко используется в США и Великобритании для контроля ценовой политики КОММУНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ (находящихся в частной собственности).

РЕДКОСТЬ (scarcity) — ограниченная доступность экономических ресурсов (ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА) по отношению к неограниченным потребностям общества в ТОВАРАХ и УСЛУГАХ.

См. ЭКОНОМИКА 1.

РЕЕСТР АКЦИОНЕРОВ (share register) — список АКЦИОНЕРОВ, составляемый АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ, в который занесены

все акционеры компании и количество АКЦИЙ 1, которыми владеет каждый из них. Так как на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ акции продаются и покупаются, реестр следует постоянно корректировать с целью обеспечения правильности распределения ДИВИДЕНДОВ и прав голосования. При этом по мере надобности выдаются новые АКЦИОНЕРНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ и аннулируются старые.

См. РЕГИСТРАТОР КОМПАНИИ.

РЕЗЕРВНЫЙ (БУФЕРНЫЙ) ЗАПАС (buffer stock) — запасы ТОВАРОВ (медь, пшеница и т. д.), создаваемые каким-либо органом торговли или государством в целях регулирования цены этих продуктов. На данный продукт устанавливается «официальная» цена, и если рыночная цена падает ниже её вследствие избыточного предложения при фиксированной цене, то государство начинает скупать излишки продукта и увеличивать тем самым его защитный запас с тем, чтобы цена поднялась до исходного уровня. И наоборот, если рыночная цена поднимается выше фиксированной цены из-за того, что имеется избыточный спрос при этой фиксированной цене, то государство начинает продавать часть защитного запаса, чтобы понизить цену. Благодаря этому механизму цена может достаточно длительное время оставаться стабильной, не испытывая краткосрочных хаотических колебаний.

Однако если официальная цена завышена, то тем самым стимулируется чрезмерное производство продукта в длительном периоде и дорогостоящее накопление запасов; если же цена занижена, то это приведёт к падению предложения в длительном периоде и к дефициту.

См. МЕЖДУНАРОДНОЕ ТОРГОВОЕ СОГЛАШЕНИЕ, ПОДДЕРЖКА ЦЕН, ЕДИНАЯ АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА.

РЕЗЕРВЫ (reserves) — 1. Дополнительные права акционеров компании, связанные с увеличением ценности АКТИВОВ компании в БАЛАНСЕ. Такие резервы появляются, когда некоторая часть прибыли после уплаты налогов остаётся у предприятия для финансирования приобретения дополнительных активов, а не выплачивается в качестве ДИВИДЕНДОВ или когда такие активы компании, как, например, здания, подвергаются переоценке по причине увеличения их рыночной ценности или инфляции. Резервы приводят к увеличению ИСПОЛЪЗУЕМОГО АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА компании.

См. также НЕРАСПРЕДЕЛЁННАЯ ПРИБЫЛЬ, БОНУСНАЯ ЭМИССИЯ, ПОВЫШЕНИЕ ЦЕНЫ АКТИВОВ, БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ.

2. Часть общих активов банка, которая хранится в форме ликвидных активов.

3. Денежные активы, хранимые странами для финансирования дефицита платёжного баланса.

См. МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЕЗЕРВЫ.

РЕКЛАМА (advertisement) — письменное или визуальное представление в СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ТОРГОВОЙ МАРКИ товара или услуги, которое используется, чтобы как проинформировать потенциальных покупателей о свойствах продукта, так и побудить их приобрести его, предпочтя его конкурирующим маркам. Реклама обычно рассматривается как часть «рекламной кампании», включающей в себя целый ряд представлений данной марки в средствах массовой информации на протяжении недель, месяцев или даже лет, которая направлена на усиление «образа» марки и тем самым на расширение объёма продаж продукта и создание ПРИВЕРЖЕННОСТИ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) ТОРГОВОЙ МАРКЕ.

См. РЕКЛАМИРОВАНИЕ.

РЕКЛАМИРОВАНИЕ (advertising) — средство стимуляции спроса на продукт и создания сильной ПРИВЕРЖЕННОСТИ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) ТОРГОВОЙ МАРКЕ. Рекламирование — одна из основных форм конкуренции в условиях ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА. Оно используется как для того, чтобы проинформировать потенциальных покупателей о конкретных свойствах данной торговой марки, так и для того, чтобы убедить их в её превосходстве над аналогичными продуктами конкурентов.

Есть две противоположные точки зрения на эффект, оказываемый рекламированием на ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА. Традиционная, «статическая» теория рынка подчеркивает вредное влияние рекламы на размещение ресурсов. Считается, что рекламирование нацелено только на переключение рыночного спроса с продукции одного конкурента на продукцию другого и служит, таким образом, источником повышения общих затрат предложения и цены, выплачиваемой потребителем (рис. 105). См. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ.

Альтернативная точка зрения на рекламирование сосредоточивается на его роли в расширении рыночного спроса и создании гарантий, что спрос на продукцию фирм будет поддерживаться на уровне, дающем возможность достижения экономии от крупномасштабного производства (см. ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА). Таким образом, реклама может ассоциироваться с более высоким выпуском и более низкими ценами, чем те, что возможны в рамках статической модели (рис. 105б).

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО (advertising agency) — предприятие, специализирующееся на предоставлении маркетинговых услуг

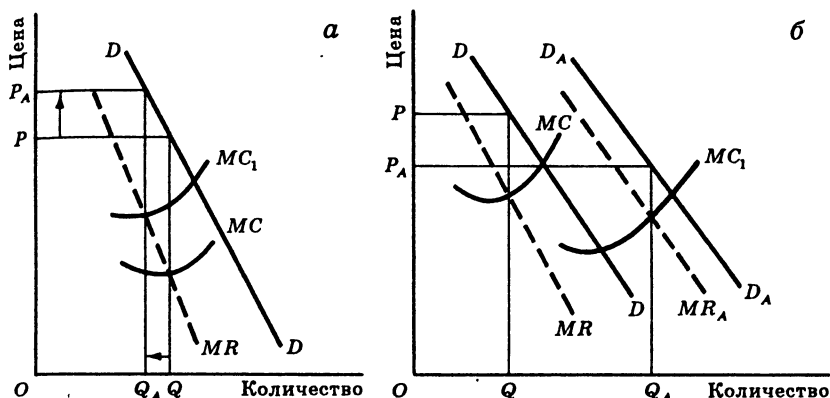


Рис. 105. Рекламирование. а. Влияние рекламы на спрос (D) в условиях статического рынка. Сочетание цена—выпуск (P, Q), при котором достигается максимизация прибыли (см. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ) без применения рекламы, показано пересечением кривой предельной выручки (MR) и кривой предельных издержек (MC). В результате затрат на рекламу кривая предельных затрат сдвигается в положение MC_1 , так что теперь сочетание P, Q, показанное пересечением MR и MC_1 , характеризуется более высокой ценой (P_A) и более низким уровнем предложения (Q_A). б. Первоначальное сочетание цена—выпуск (P, Q), максимизирующее прибыль без использования рекламы, показано пересечением кривой предельного дохода (MR) и кривой предельных затрат (MC). Эффект от рекламы состоит в увеличении общего рыночного спроса с DD до $D_A D_A$ с новой кривой предельной выручки (MR_A). Такое расширение рыночного спроса дает отрасли возможность достигнуть в производстве экономии от масштаба, которая перекрывает дополнительные расходы на рекламу. Следовательно, кривая предельных затрат на увеличившемся рынке (MC_1) лежит ниже, чем исходная кривая предельных затрат. Новое сочетание цена—выпуск, максимизирующее прибыль (определяемое пересечением MR_A и MC_1), приводит к установлению более низкой цены (P_A) и более высокого выпуска (Q_A), чем прежде.

См. БАРЬЕРЫ ВХОДА, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ.

фирмам. Агентства обычно разрабатывают, организуют и проводят специальные рекламные кампании в пользу своих клиентов.

См. РЕКЛАМА, РЕКЛАМИРОВАНИЕ.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА (recommended retail price) — рекомендуемая производителями ЦЕНА розничной продажи их продуктов. В отличие от утверждения РОЗНИЧНЫХ ЦЕН, рекомендуемая розничная цена рассматривается просто как ориентировочная для розничных торговцев при установлении ими своей собственной цены. Определяемая конкурентными условиями действительная цена, которую платят по-

требители, в большинстве случаев гораздо меньше, чем рекомендуемая цена.

См. ПРЕЙСКУРАНТНАЯ ЦЕНА, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ (profitability) — прибыль фирмы, отнесенная к её размеру, характеризующему общей стоимостью используемых активов, стоимостью долгосрочного капитала или количеством занятых работников.

См. ОТДАЧА НА ВЛОЖЕННЫЙ КАПИТАЛ.

РЕФЛЯЦИЯ (reflation) — увеличение уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и выпуска. Рефляция часто преднамеренно вызывается правительством для обеспечения полной занятости и для увеличения темпов ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА. Инструменты рефляционной политики включают налоговые меры (например, сокращение налогов) или денежные меры (например, понижение процентных ставок).

См. НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

РИКАРДО, ДАВИД (1772–1823) (Ricardo, David) — английский экономист, который в своем главном труде «Начала политической экономии и налогового обложения» (1817) утверждал, что ценность продуктов определяется количеством труда, необходимого для их производства, и разработал теорию распределения, объясняющую, как эта ценность разделяется между различными классами общества (ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ). Рикардо предполагал, что какой бы ни была процветающей экономика, заработная плата никогда не поднимется выше стоимости средств существования. Если рабочие становятся более обеспеченными, они имеют больше детей, и после того, как эти дети вырастают, это дополнительное предложение труда понижает заработную плату («железный закон заработной платы»).

Рикардо считал, что капиталисты также много не выигрывают от экономического прогресса, так как конкуренция снижает цены их продуктов и выплата заработной платы урезает их прибыль. Он рассматривал землевладельцев в качестве единственных пожинателей плодов экономического прогресса, так как в условиях ограниченного количества плодородной земли и растущего населения, которое необходимо накормить, доход землевладельцев в виде ренты будет увеличиваться, а ценность их земли будет расти. Растущая рента увеличивает затраты на производство продуктов питания, и рабочие для приобретения этих продуктов нуждаются в большей заработной плате, которая уничтожает прибыль капиталистов. Теория Рикардо ис-

пользовалась нарождающимся промышленным классом в борьбе за свободную торговлю и уничтожение высоких тарифов на импортируемое зерно, чтобы снизить цену продовольствия и заработную плату.

См. также ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА.

РИМСКИЙ ДОГОВОР (treaty of Rome) — соглашение, заключённое в 1957 г. шестью странами, основавшими Европейское Экономическое Сообщество, которое определяло цели и принципы устройства ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА. Договор обеспечивал устранение торговых ограничений между заключившими его странами, свободное передвижение труда и капитала, согласование налоговой политики и поддержку наименее развитым регионам.

РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ (risk and uncertainty) — ситуация возможных потерь АКТИВОВ или ИНВЕСТИЦИЙ индивидов или фирм в результате деятельности в неопределённой экономической среде. Некоторые риски можно застраховать (например, риск пожара или хищения имущества фирмы). Но нельзя застраховать возможное выживание и процветание фирмы. Фирма сама принимает риск действия на рынке: если она не может продать свои продукты, она окажется банкротом; если её действия окажутся удачными, она получит прибыль. Таким образом, принятие риска можно рассматривать как общую часть процесса производства товаров и услуг, а также внедрения новых продуктов. ПРИБЫЛЬ является отчасти вознаграждением за успешное принятие риска.

Так как менеджеры не знают наверняка, что готовит для них будущее, они вынуждены формировать ОЖИДАНИЯ или строить предположения по поводу того, каким может быть наиболее вероятный результат любого решения, принимая в расчёт статистическую ВЕРОЯТНОСТЬ осуществления будущих событий. Как таковые, оценки вероятности будущих событий по своей природе являются субъективными, хотя некоторые оценки, вероятно, могут быть надежнее, чем другие, в зависимости от количества доступной информации. Если доступен большой объём информации, на который опираются оценки вероятности, можно определить точнее статистическую вероятность и говорить о риске, а не о неопределённости. Например, страховая компания, продающая страховые полисы на случай пожара большому количеству производителей, обладает возможностью сбора подробной статистики количества пожаров и размера ущерба в результате каждого пожара и может использовать эту информацию для предсказания вероятности возгорания для

отдельного предприятия. Эта точная статистическая информация позволяет страховой компании устанавливать страховые премии за ограждение производителей от ущерба при пожаре и получать при этом прибыль. В отличие от этого отдельный производитель столкнулся бы с большими трудностями в предсказании вероятности пожара и возможного размера ущерба, так как для него подобное событие является единичным.

Сталкиваясь с возможностью пожара, производитель может либо подвергнуться риску понести ущерб в результате серьёзного пожара, либо избежать этого риска, перекладывая его за некоторую плату на страховую компанию. Точно так же отдельный производитель может принять на себя риск того, что в следующем году цены на используемое им сырьё существенно возрастут, или может заключить контракт на ФЬОЧЕРСНОМ РЫНКЕ на будущую поставку сырья по фиксированной цене.

Неопределённость, в отличие от риска, возникает из-за изменений, которые трудно предсказать, или событий, вероятность которых нельзя оценить. К сожалению, многие управленческие решения принимаются в подобных ситуациях, так как условия редко повторяются и существует очень мало доступных данных, относящихся к прошлому, на которые можно опереться для принятия решений на будущее. Такая рыночная неопределённость как относительно вероятности, так и относительно размера ущерба, который может возникать при запуске нового продукта, может оцениваться управляющими фирмы путём анализа ограниченного количества доступных данных, основанного на своих собственных суждениях и опыте.

Управляющие могут повысить точность своих субъективных оценок будущего, собирая информацию о прогнозах, исследованиях рынка, но им приходится балансировать между затратами на сбор такой информации и ценностью принимаемых решений. В случае, если затраты на приобретение информации непозволительно велики, управляющие могут использовать различные ПРАВИЛА БОЛЬШОГО ПАЛЬЦА типа ценообразования на основе полных затрат, которые приводят к разумно хорошим (хотя и не оптимальным) решениям.

Традиционная ТЕОРИЯ ФИРМЫ рассматривает фирму, вооружённую совершенным знанием будущих затрат и выручки, принимающую решение относительно выпуска и цены на основе предельных затрат и выручки. Эта предпосылка о совершенном знании может быть легко подвергнута критике в свете того, что изложено выше.

См. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, ХЕДЖИРОВАНИЕ, ПРЕМИЯ ЗА РИСК, ШУМ-ПЕТЕР.

РИСКОВЫЙ КАПИТАЛ (risk capital) — капитал предприятия, находящийся во владении отдельного ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ или группы ДЕРЖАТЕЛЕЙ ОБЫКНОВЕННЫХ АКЦИЙ, который связан с риском потери в случае банкротства предприятия.

См. РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ, ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ.

РОБИНСОН, ДЖОАН (1903–1983) (Robinson, Joan) — английский экономист, профессор Кембриджского университета. Независимо от Э. ЧЕМБЕРЛИНА разработала теорию, изложенную в её книге «Экономическая теория несовершенной конкуренции» (1933). До работ Дж. Робинсон экономисты подразделяли рынки на две группы: рынки, где продукты фирм являются совершенными заменителями друг друга, и рынки, где продукт фирмы не имеет заменителей. Робинсон показала, что на реальных рынках товары обычно являются частично взаимозаменяемыми, и предложенная ею теория монополистической конкуренции анализирует цены и объёмы предложения на таких рынках. Она установила, что в условиях монополистической конкуренции фирмы сокращают объём производства с целью поддержания цен при размере заводов менее оптимального.

РОЖДАЕМОСТЬ (birth rate) — число новорожденных на тысячу человек в год. Например, в 1991 г. в Великобритании рождаемость составила 13 новорожденных на 1000 человек НАСЕЛЕНИЯ. Разница между этим показателем и СМЕРТНОСТЬЮ представляет собой темп прироста населения страны за определённый период. По мере повышения уровня экономического развития страны рождаемость, как правило, падает.

См. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВАЯ ТОЧКА (retail outlet) — помещение или сооружение для продажи продукта ПОТРЕБИТЕЛЯМ. Торговая точка может представлять собой МАГАЗИН или склад, где потребители совершают покупки, или может быть в виде АВТОМАТА или киоска, помещённого в гостинице либо ресторане. Кроме торговли в местах, легко доступных для возможных потребителей, розничные продажи могут также осуществляться путём доставки или посредством почты домой потребителю (например, с помощью ЗАКАЗОВ ПО ПОЧТЕ по каталогу).

См. РОЗНИЧНЫЙ ТОРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА, ЭЛЕКТРОННАЯ СИСТЕМА ПРОДАЖ, СЕТЬ МАГАЗИНОВ, УНИВЕРМАГ, МАГАЗИН УЧЁННЫХ ТОВАРОВ, МАГАЗИН «СДЕЛАЙ САМ», СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ МАГАЗИН, СУПЕРМАРКЕТ.

РОЗНИЧНЫЙ ТОРГОВЕЦ (retailer) — предприятие, которое поддерживает запас определённого вида продуктов (например, обувной магазин) или широкого ассортимента продуктов (на-

пример, универмаг) для продажи потребителям. Розничные торговцы действуют на последнем участке КАНАЛА СБЫТА продукта или продуктов, который также включает в себя ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ и ОПТОВЫХ ТОРГОВЦЕВ.

Хотя некоторые розничные торговцы занимаются упаковкой и подготовкой к продаже продуктов непосредственно перед продажей (например, мясные магазины), большинство розничных торговцев продают уже упакованные и укомплектованные продукты. Ранее в Великобритании и в других странах розничные торговцы играли относительно «пассивную» роль в канале распределения, просто предоставляя удобное место продажи для продуктов производителей (во многих отраслях по ценам, контролируемым производителями посредством ПОДДЕРЖАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН). Однако с появлением больших СЕТЕЙ МАГАЗИНОВ (СУПЕРМАРКЕТОВ и МАГАЗИНОВ «СДЕЛАЙ САМ») «баланс силы» в канале переместился по направлению к розничным торговцам. Розничные торговцы были способны использовать возможности ОПТОВЫХ ЗАКУПОК для получения существенных ценовых скидок у производителей, и это одновременно с устранением практики поддержания розничных цен позволило достичь розничным торговцам большего благоразумия в использовании цены в качестве конкурентного оружия (см. МАГАЗИН УЦЕНЁННЫХ ТОВАРОВ). Более того, большие группы розничных торговцев организовали продажу СОРТОВ СОБСТВЕННОЙ МАРКИ для прямой конкуренции с торговыми марками производителей, что также увеличило возможности их МАРКЕТИНГОВОЙ СМЕСИ в конкуренции с другими рыночными торговцами.

См. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ МАГАЗИН, ЗАКАЗ ПО ПОЧТЕ.

РОЯЛТИ (royalty) — 1. Обусловленная договором плата владельцу ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, например ПАТЕНТА или АВТОРСКОГО ПРАВА, за исключительную или неисключительную ЛИЦЕНЗИЮ или ФРАНШИЗУ на производство, продажу и получение прибыли от объекта, охраняемого этим правом.

2. Налог, уплачиваемый государству за право пользования природными ресурсами.

РУКОВОДСТВО КОРПОРАЦИЕЙ (corporate governance) — профессиональные наёмные управляющие, которые с ОТДЕЛЕНИЕМ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ получили контроль над крупными компаниями, оттеснив на второй план собственников и акционеров, несмотря на сосредоточение крупных пакетов акций в руках ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ, что увеличило возможности влияния последних на ход дел в компании. Руко-

водство корпорацией может повлиять на цели, преследуемые акционерными компаниями, в особенности на прибыль и рост.

См. ЦЕЛИ ФИРМЫ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, МАКСИМИЗАЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕГО.

РЫНОК (market) — механизм ОБМЕНА, устанавливающий непосредственный контакт продавцов и покупателей ПРОДУКТА, ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА или ЦЕННОЙ БУМАГИ. Рынки различаются в товарном, пространственном и физическом отношениях. В отношении продуктов рынок состоит из групп товаров или услуг, которые рассматриваются покупателями как товары-*заменители*. Таким образом, с точки зрения покупателя, женские и мужские туфли — это два отдельных рынка, обслуживающих потребности различных категорий покупателей.

В пространственном отношении рынок может быть местным, национальным или международным в зависимости от таких условий, как транспортные издержки, характер продукта и однородность вкусов покупателей. Например, из-за транспортных издержек рынки цемента и гипса имеют тенденцию к локализации. Аналогично этому баварское пиво удовлетворяет лишь специфическому региональному вкусу, тогда как «кока-кола» продаётся по всему миру как общепризнанная торговая марка.

В физическом отношении обменные операции с участием продавцов и покупателей могут производиться в специально оборудованном для этого месте (например, местный рыбный рынок, шерстяная биржа) либо в более аморфных формах (например, покупка и продажа акций и запасов по телефону с использованием международных дилерских систем связи). Наконец, на одних рынках продавцы имеют дело непосредственно с конечными покупателями, тогда как на других сделки проводятся через цепь посредников, например оптовых и розничных продавцов, брокеров и банков.

Экономисты обычно определяют рынок как группу продуктов, которые рассматриваются потребителями как взаимозаменяемые (т. е. имеют высокую положительную ПЕРЕКРЕСТНУЮ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА). Эта концепция рынка может не соотноситься в точности с ОТРАСЛЕВЫМИ КЛАССИФИКАЦИЯМИ, группирующими продукты по отраслям (см. ОТРАСЛЬ) с точки зрения их технических или производственных характеристик, а не взаимозаменяемости для потребителя. Например, стеклянные бутылки и металлические банки рассматриваются потребителями как взаимозаменяемые товары (тара), но принадлежат к различным статьям промышленной отраслевой классификации (стеклольная промышленность и металлургия соответственно).

И наоборот, категория отраслевой промышленной классификации «изделия из стали», например, может объединять таких различных потребителей, как гражданские инженеры-строители (железобетонные плиты), сборщики автомобилей (корпуса автомобилей), производители моющих устройств (камеры для моечных машин). Тем не менее вследствие трудностей получения надёжных данных о перекрёстной эластичности спроса экономисты часто возвращаются к отраслевым классификациям как лучшему способу приближённого представления рынков в эмпирическом анализе.

ТЕОРИЯ РЫНКОВ проводит различие между типами рынков в соответствии с их структурными характеристиками, в частности по числу участвующих в обмене продавцов и покупателей. Выделяют следующие типы рыночных ситуаций:

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	= много продавцов, много покупателей
ОЛИГОПОЛИЯ	= мало продавцов, много покупателей
ОЛИГОПСОНИЯ	= много продавцов, мало покупателей
ДВУСТОРОННЯЯ ОЛИГОПОЛИЯ	= мало продавцов, мало покупателей
ДУОПОЛИЯ	= два продавца, много покупателей
ДУОПСОНИЯ	= много продавцов, два покупателя
МОНОПОЛИЯ	= один продавец, много покупателей
МОНОПСОНИЯ	= много продавцов, один покупатель
ДВУСТОРОННЯЯ МОНОПОЛИЯ	= один продавец, один покупатель

РЫНОК «БЫКОВ» (bull market) — ситуация, когда стоимость ЦЕННЫХ БУМАГ (акции, облигации и т. д.) или ТОВАРОВ (олово, пшеница и т. д.) растёт в результате непрерывной скупки и ограниченной продажи. Ср. РЫНОК «МЕДВЕДЕЙ».

См. СПЕКУЛЯНТ.

РЫНОК ЕВРООБЛИГАЦИЙ — см. ЕВРОВАЛЮТНЫЙ РЫНОК.

РЫНОК КАПИТАЛА (capital market) — рынок долгосрочного ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА, АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА и ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОБЛИГАЦИЙ. Рынок капитала вместе с ДЕНЕЖНЫМ РЫНКОМ (который обеспечивает краткосрочное финансирование) являются основными источниками внешних финансов для промышленности и государства. На рынке капитала функционируют такие финансовые институты, как ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК, КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ, сберегательно-инвестиционные учреждения (СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ, ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ и ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ), ТОРГОВЫЕ БАНКИ.

Новый акционерный капитал чаще всего размещается через эмиссионные дома или торговые банки, которые организуют сбыт акций от имени компаний-клиентов. Акции могут быть

выпущены разными способами: непосредственно для широкой публики посредством выставления на продажу по заранее фиксированному курсу; «тендерных торгов» (см. ТЕНДЕР), при которых курс акций нового выпуска определяется посредством усреднения цен, предлагаемых потенциальными покупателями акций (при заданной минимальной цене); путём ЭМИССИИ ПРАВ для существующих акционеров по фиксированному курсу; путём размещения акций по установленному курсу среди конкретных (зачастую институциональных) инвесторов.

См. ФОНДОВАЯ БИРЖА.

РЫНОК «МЕДВЕДЕЙ» (bear market) — положение, когда цены ЦЕННЫХ БУМАГ (акций, облигаций и т. д.) или ТОВАРОВ (олова, пшеницы и т. д.) падают в результате активной продажи и ограниченной покупки. Ср. РЫНОК «БЫКОВ».

См. СПЕКУЛЯНТ.

РЫНОК ПЕРВИЧНЫХ БЛАГ (commodity market) — рынок, на котором происходит купля-продажа сельскохозяйственной продукции и полезных ископаемых (например, кофе и олова). Торговля первичными продуктами осуществляется на различных международных товарных биржах, причем некоторые из наиболее известных товарных бирж находятся в Лондоне: например Лондонская биржа металлов и Лондонская международная биржа финансовых фьючерсов.

Рынки первичных благ обеспечивают организационную основу для установления рыночных цен и клиринг сделок между покупателями и продавцами (см. СИСТЕМА КЛИРИНГОВЫХ ПАЛАТ). Торговцы и брокеры действуют как посредники между покупателями и продавцами, желающими заключить сделки на наличный товар (см. НАЛИЧНЫЙ РЫНОК) или на покупку или продажу товара в будущем (см. ФЬУЧЕРСНЫЙ РЫНОК).

РЫНОК ПОКУПАТЕЛЕЙ (buyer's market) — рыночная ситуация в коротком периоде, когда существует ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ товаров или услуг при текущих ценах, что приводит к падению цен в пользу покупателя. Ср. РЫНОК ПРОДАВЦОВ.

РЫНОК ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ (contestable market) — РЫНОК, на котором входящие фирмы несут примерно такие же затраты, что и укоренившиеся фирмы, и при выходе с которого фирмы способны окупить затраты на основной капитал за вычетом обесценения. Таким образом, укоренившиеся фирмы не могут получать СВЕРХПРИБЫЛЬ, так как она будет ликвидирована при вступлении на рынок новых фирм; иногда одной только угрозы появления новых конкурентов на рынке может быть достаточно, чтобы заставить уже существующие

компании установить цены, приносящие им лишь НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ. Все рынки с СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ являются потенциально конкурентными, но потенциально конкурентными могут быть даже некоторые олигополистические рынки (см. ОЛИГОПОЛИЯ), если проникновение на рынок и уход с рынка легко осуществимы.

См. ДЕЙСТВЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, УСЛОВИЯ ВХОДА, БАРЬЕРЫ ВХОДА, БАРЬЕРЫ ВЫХОДА.

РЫНОК ПРОДАВЦОВ (seller's market) — ситуация на рынке в коротком периоде, при которой имеет место ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС на товары и услуги, что позволяет продавцу поднять цены к своей выгоде. Ср. РЫНОК ПОКУПАТЕЛЕЙ.

РЫНОК ПРОДУКТОВ (product market) — РЫНОК, на котором продаются и покупаются продукты, а цена на товары и услуги определяется соотношением спроса и предложения.

См. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА, РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА.

РЫНОК СЛИТКОВ (bullion market) — РЫНОК, на котором происходит купля-продажа драгоценных металлов, таких как ЗОЛОТО и серебро, а также золотых и серебряных монет (типа «Круггерранд» и «Соверен»). Лондонский рынок слитков является ведущим центром такого рода сделок.

РЫНОК ТРУДА (labour market) — РЫНОК ФАКТОРОВ, на котором происходит обмен труда на ЗАРАБОТНУЮ ПЛАТУ. ПРЕДЛОЖЕНИЕ на этом рынке представлено как отдельными работниками, так и ПРОФСОЮЗАМИ. Последние участвуют в переговорах на коллективной основе. СПРОС предъявляется фирмами, нуждающимися в труде как в ФАКТОРЕ ПРОИЗВОДСТВА в процессе производства (см. ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА ФАКТОРА).

Рынок труда имеет ряд особенностей, отличающих его от других факторных рынков. В отличие от других факторов производства, например капитала, производительность наёмных работников может сильно варьировать в зависимости от того, насколько эффективно работодатели организуют трудовой процесс, а также от степени личной заинтересованности работников в выполнении плановых заданий (см. Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ). Кроме того, работа часто выполняется группами работников, которые самостоятельно устанавливают приемлемые для них нормы выработки.

Ставки заработной платы определяются на рынках труда в результате взаимодействия спроса на труд и его предложения. Факторы, влияющие на предложение труда: численность НАСЕЛЕНИЯ, возраст окончания школы, пенсионный возраст, геогра-

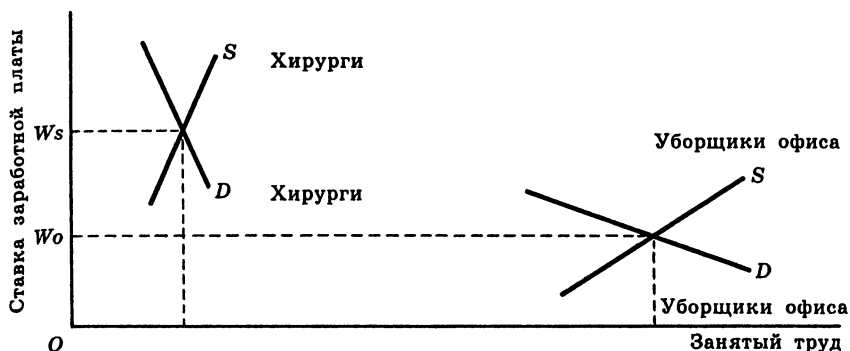


Рис. 106. Рынок труда и ставки заработной платы.

фическая мобильность населения, навыки, уровень подготовки и опыт (ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ); входные барьеры в виде квалификационных требований, соглашений о «закрытом цехе» и т. д.; мобильность в смене рода занятий, которая зависит от возможностей подготовки и переподготовки; ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТРУДОВАЯ ПРАКТИКА и демаркационные барьеры, ограничивающие круг работ, которые может выполнять работник; продолжительность рабочего дня, на которую влияет склонность к сверхурочной работе, а также предельные ставки подоходного налога (см. КРИВАЯ ЛАФФЕРА). На предложение влияют также и неденежные факторы, например приемлемость условий труда при выборе места работы. Кроме того, профсоюзы могут действовать как монопольные продавцы труда и ограничивать его предложение, добиваясь повышения ставок заработной платы. Спрос на труд подвержен влиянию следующих факторов: величины спроса на товары и услуги, производимые работниками, доли заработной платы в общих затратах производства, степени замещаемости капитала трудом в производственном процессе. Помимо этого, объединения работодателей могут действовать как МОНОПСОНИИ при покупке труда, ограничивая спрос на труд с целью снижения ставок заработной платы.

Принимая во внимание действие этих факторов, рынок труда нельзя считать единым и однородным. Он должен рассматриваться как совокупность отдельных рынков труда, каждый из которых обладает своими частными характеристиками. Например, как показано на рис. 106, группа работников (в данном случае врачей-хирургов), предложение трудовых способностей которых ограничено, а спрос на их деятельность высок, будут получать высокую заработную плату, и наоборот —

уборщики офисов, чья работа не требует (или требует мало) особых навыков и подготовки, получают сравнительно низкую зарплату, так как предложение подобных услуг обычно превышает спрос. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ между этими группами работников равна $W_e - W_o$.

Зачастую рынки труда несовершенны из-за того, что сбор информации о новой работе требует от работников, так же как и от фирмы при поиске новых кадров, немалых затрат. Кроме того, профессиональные группы неоднородны, и работодателям приходится тщательно сравнивать квалификацию и способности принимаемых на работу. Помимо этого, выплаты по сокращению и желание сохранить работников высокой квалификации могут побудить фирмы к сохранению избытка трудовых ресурсов в периоды кратковременных спадов экономической активности, даже если предложение труда превышает спрос на него. Таким образом, появляется устойчивость заработной платы к понижению. Причиной подобной устойчивости может также стать деятельность профсоюзов, добивающихся установления ставки заработной платы в масштабе данной страны, в том числе в регионах, где предложение труда превышает спрос на него.

Таким образом, рынок труда несовершенен, он состоит из отдельных неконкурирующих между собой профессиональных групп, передвижение работников из одной группы в другую ограничено. В этих условиях заработная плата, выплачиваемая работнику, может превышать тот доход, который он получал бы на иной работе, ближайшей по уровню оплаты, т. е. удерживающий доход. Разницу между текущим доходом работника и его удерживающим доходом часто называют ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕНТОЙ. В ней отражены знания и умения, которыми владеет данный конкретный работник, увеличивающие его ценность для работодателя в сравнении с другими работниками.

На макроуровне всегда присутствует конфликт между трудом и капиталом в распределении национального дохода (см. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА, ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ СТОИМОСТИ).

См. ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА, ТРУДОВОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО, РАБОЧАЯ СИЛА, ДОЛЯ ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ, РАБОТА НЕПОЛНЫЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ.

РЫНОК ФАКТОРОВ (factor market) — РЫНОК, на котором происходит купля-продажа ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА и в результате взаимодействия спроса и предложения определяются цены труда и других факторов.

См. РЫНОК ТРУДА, РЫНОК КАПИТАЛА, РЫНОК ПЕРВИЧНЫХ БЛАГ, ПРОИЗВОДНЫЙ СПРОС, ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФАКТОРНЫЙ ДОХОД, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА.

РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ (stock market) — РЫНОК, на котором происходит покупка и продажа акций и облигаций компаний, а также государственных облигаций.

См. ФОНДОВАЯ БИРЖА.

РЫНОЧНАЯ ДОЛЯ (market share) — доля данной фирмы в общем объёме выпуска (или объёме продаж) на РЫНКЕ продуктов. Данные о рыночных долях используются для измерения степени КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ на рынке.

См. КОЭФФИЦИЕНТ КОНЦЕНТРАЦИИ, ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ.

РЫНОЧНАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ (market concentration) — степень, в какой производство определённого блага (товара или услуги) контролируется крупнейшими его производителями (КОНЦЕНТРАЦИЯ ПРОДАВЦОВ), или степень, в какой покупки благ контролируются крупнейшими покупателями (КОНЦЕНТРАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ). Степень концентрации продавцов (покупателей) на РЫНКЕ часто измеряют КОЭФФИЦИЕНТОМ КОНЦЕНТРАЦИИ, который показывает долю продаж (покупок) на рынке, осуществленных пятью или десятью крупнейшими производителями (или покупателями).

Значение анализа концентрации на рынке заключается в её влиянии на характер и интенсивность конкуренции. Структурный аспект влияния состоит в том, что по мере роста уровня концентрации продавцов на рынке «конкуренция многих» становится «конкуренцией немногих» и в пределе рынок монополизирован одним из производителей (см. СТРУКТУРА РЫНКА). С точки зрения РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ, по мере того как предложение концентрируется во все меньшем и меньшем числе производителей (ОЛИГОПОЛИЯ), они (производители) пытаются избежать взаимно разорительной ценовой конкуренции и направлять свои основные усилия на организацию продаж и инновацию продуктов — действия наиболее выгодные и эффективные с точки зрения получения КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА над соперниками.

Концентрация покупателей также может влиять на конкурентную ситуацию. На многих рынках (в особенности на рынках конечных продуктов) покупатели слишком слабы, чтобы влиять на условия предложения, но существуют рынки (в частности рынки промежуточных продуктов), на которых спрос вполне может концентрироваться: покупатели имеют возможность добиться от производителей скидок при ОПТОВОЙ ЗАКУПКЕ.

См. ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, МОНОПОЛИЯ.

РЫНОЧНАЯ СИЛА (market power) — способность фирмы определять цену предложения и условия продажи своего продукта без непосредственной реакции со стороны конкурентов. Рыночная сила несёт в себе определённую опасность эксплуатации потребителя производителем. Проявление рыночной силы обычно связывают с ОЛИГОПОЛИЕЙ или МОНОПОЛИЕЙ.

См. также УПРАВЛЯЕМАЯ ЦЕНА, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, КОНЦЕНТРАЦИЯ ПРОДАВЦОВ, УСЛОВИЯ ВХОДА.

РЫНОЧНАЯ ЦЕНА (market price) — цена, которую потребители платят при покупке какого-либо продукта. Для большинства продуктов рыночная цена представляет собой РАВНОВЕСНУЮ РЫНОЧНУЮ ЦЕНУ, устанавливаемую взаимодействием СПРОСА и ПРЕДЛОЖЕНИЯ, хотя КОСВЕННЫЙ НАЛОГ, например НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, или СУБСИДИИ могут изменять равновесную рыночную цену.

См. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ.

РЫНОЧНОЕ ПОВЕДЕНИЕ (market conduct) — действия, совершаемые фирмами как продавцами (покупателями) товаров и услуг. Ключевыми элементами рыночного поведения являются:

(а) ЦЕЛИ ФИРМЫ, например прибыль, продажи, рост активов;

(б) МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ, используемые фирмами для достижения своих целей, в особенности политика ЦЕН и уровней выпуска, а также ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА;

(в) МЕЖФИРМЕННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ, относительная степень интенсивности конкуренции фирм друг с другом на рынке либо степень скоординированности их ценовой политики (см. СГОВОР).

В ТЕОРИИ РЫНКОВ рыночное поведение вместе со СТРУКТУРОЙ РЫНКА определяют ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА, а рыночная структура и действенность рынка, в свою очередь, оказывают влияние на рыночное поведение.

См. ПАРАДИГМА «СТРУКТУРА РЫНКА — ПОВЕДЕНИЕ — РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ», СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, МОНОПОЛИЯ.

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ (market mechanism) — см. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА.

САМОЗАНЯТЫЙ (self-employed) — лицо, оказывающее трудовые (см. ТРУД) и управленческие услуги в качестве ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА своей собственной ФИРМЕ для производства товара или услуги. Самозанятые лица действуют как ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, ибо они берут на себя бремя рисков, связанных с ведением дела, обеспечивают частично или полностью капитал и зачастую приглашают НАЁМНЫХ РАБОТНИКОВ для выполнения некоторой части требуемых рабочих заданий. Самозанятые лица составляют значительную часть работников в таких сферах хозяйственной деятельности, как коммунальные услуги, специализированная розничная торговля и парикмахерские.

См. РАБОЧАЯ СИЛА.

САМООБЕСПЕЧЕНИЕ (self-sufficiency) — ограничение своего потребления индивидом (или домашним хозяйством) за счёт продуктов, произведённых своими силами. Развивающиеся страны с крупным аграрным сектором характеризуются более высоким уровнем самообеспечения, чем промышленно развитые страны, для которых нормой является СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ТРУДА.

См. ВНЕРЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.

САМООБСЛУЖИВАНИЕ (self-service) — форма розничной торговли, при которой клиенты РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК (магазинов, бензоколонок и т. д.) сами выбирают товары, которые они желают купить, и платят за них в контрольно-кассовом пункте. Самообслуживание может применяться как в крупномасштабных, так и в мелкомасштабных розничных торговых операциях. Эта форма розничной торговли снижает ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ (а именно исключает заработную плату продавцов) и тем самым может быть полезной и для других предприятий (ресторанов, кафетериев и т. д.), поскольку позволяет увеличить ценовую конкурентоспособность.

САМОРЕГУЛИРУЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (self-regulatory organization (SRO)) — британский государственный орган, со-

зданный в соответствии с ЗАКОНОМ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ 1986 г. в целях регулирования, в частности, РЫНКОВ ЦЕННЫХ БУМАГ и ИНВЕСТИЦИЙ.

В настоящее время существуют четыре саморегулирующиеся организации:

(а) TSA: Ассоциация по ценным бумагам, которая регулирует операции с государственными и корпоративными ценными бумагами эмитентов, являющихся членами ФОНДОВОЙ БИРЖИ и Международной организации по регулированию сделок с ценными бумагами. В 1991 г. TSA объединилась с Ассоциацией фьючерсных брокеров и дилеров, включавшей в себя фирмы, работавшие с финансовыми и принудительными фьючерсными опционами (первоначально эта Ассоциация была пятой саморегулирующейся организацией в соответствии с Законом о финансовых услугах);

(б) IMRO: Организация регулирования инвестиционной деятельности, которая регулирует деятельность фирм, занимающихся управлением и попечительством коллективных инвестиционных проектов. Кроме того, эта Организация контролирует деятельность ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ;

(в) LAUTRO: Организация по регулированию страхования жизни и трастов (см. СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ, ПАЕВОЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОНД);

(г) FIMBRA: Ассоциация по регулированию деятельности финансовых посредников, менеджеров и брокеров, которая регулирует деятельность фирм, непосредственно оказывающих услуги населению в таких сферах, как страхование жизни и паевое инвестирование.

СБАЛАНСИРОВАННЫЙ БЮДЖЕТ (balanced budget) — ситуация, когда ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ равны поступлениям от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и других государственных доходов. Большинство государств использует несбалансированный бюджет как средство регулирования экономической активности.

Когда государство расходует больше, чем оно получает в виде налогов, имеет место БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ. Когда государство расходует меньше, чем оно получает в виде налогов, возникает БЮДЖЕТНЫЙ ИЗЛИШЕК.

См. БЮДЖЕТ, ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ.

СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ БАНК (savings bank) — финансовый институт, который принимает депозиты от вкладчиков и специализируется на инвестициях в акции и государственные ценные бумаги. Некоторые из крупнейших сберегательных банков, на-

пример **Trustee Savings Bank (TSB)**, в настоящее время предлагают своим вкладчикам услуги, характерные для практики **КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ** (например, использование чековых книжек).

См. также **ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА**.

СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ СЧЕТ — см. **ДЕПОЗИТНЫЙ СЧЕТ**.

СБЕРЕЖЕНИЯ (saving) — часть личного дохода (личные сбережения) либо дохода компании или учреждения (нераспределённая прибыль), которая не расходуется на текущее потребление. Сбережения, как правило, размещают на депозите в **БАНКЕ**, **СТРОИТЕЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ** и т. д. либо используют для приобретения финансовых и физических активов, например **АКЦИЙ** или завода. Воздерживаясь от немедленного потребления, сберегающие стремятся увеличить свой будущий доход за счёт поступлений дивидендов, процентов, ренты и повышения цены капитала.

В макроэкономическом анализе сбережения являются частью текущего **НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА**, которая не расходуется на текущее потребление и, таким образом, представляет собой **ИЗЪЯТИЕ** из кругооборота национального дохода (см. **МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА**). В простой модели кругооборота все сбережения осуществляются домашними хозяйствами; в расширенной модели сбережения осуществляются также фирмами (в виде нераспределённой прибыли) и государством (в виде бюджетного излишка).

В реальности сбережения важны для финансирования физических инвестиций. Сбережения (воздержание от текущего потребления) высвобождают ресурсы, которые могут быть направлены на увеличение **ЗАПАСА КАПИТАЛА** данной страны и, следовательно, её способности производить большее количество благ в будущем.

См. также **ГРАФИК СБЕРЕЖЕНИЙ**, **ПАРАДОКС БЕРЕЖЛИВОСТИ**.

СБЫТ (distribution) — процесс хранения и перемещения продуктов к потребителям, осуществление которого часто берут на себя посредники — **ОПТОВИКИ** и **РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЦЫ**.

См. **КАНАЛ СБЫТА**.

СВЕРХАКТИВНОСТЬ (overtrading) — расширение фирмой объёмов своего производства и продаж без создания дополнительных фондов для финансирования дополнительно необходимого **ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА**. При этом фирма сталкивается с проблемами ликвидности и может оказаться перед фактом нехватки денежных средств для расчётов с поставщиками.

См. **ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК**.

СВЕРХДЛИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД (very long run) — абстрактный период времени в **ТЕОРИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ**, в течение которого

фирмы могут изменять технологические границы (известные методы производства) в результате новых ИЗОБРЕТЕНИЙ и получения новых технических знаний.

См. также КОРОТКИЙ ПЕРИОД, ДЛИТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД, ИННОВАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ.

СВЕРХИСПОЛЬЗОВАННАЯ МОЩНОСТЬ (overutilized capacity) — ситуация, при которой объём производства предприятия превышает уровень, минимизирующий СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ в коротком периоде.

См. УБЫВАЮЩАЯ ОТДАЧА, ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА.

СВЕРХПОДПИСКА (oversubscription) — ситуация, при которой количество запрашиваемых АКЦИЙ 1 превышает количество реально выпущенных. Это требует от ЭМИССИОННОГО ДОМА, ответственного за распространение выпуска акций, изобретения некоторой схемы размещения акций. Напротив, *недоподписка* происходит тогда, когда количество востребованных акций меньше, чем количество предлагаемых, что вынуждает эмиссионный дом выкупать избыток акций.

См. РЫНОК КАПИТАЛА.

СВЕРХПРИБЫЛЬ (above-normal profit or excess profit) — прибыль, превышающая по своей величине ту, которая необходима фирме, чтобы продолжать производство своих товаров или услуг (см. НОРМАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ). Краткосрочные (т. е. временные) сверхприбыли, возникающие в результате неравновесия рыночного спроса и предложения, способствуют эффективно-му распределению ресурсов, если они стимулируют вступление на рынок новых фирм и увеличение рыночного предложения. Напротив, долгосрочные (т. е. устойчивые) сверхприбыли (прибыль монополии) ухудшают РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ, поскольку являются результатом завышения цены продукта, создаваемого монополистами, защищёнными БАРЬЕРАМИ ВХОДА.

См. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ.

СВЕРХУРОЧНЫЕ (overtime) — часы работы, которые являются дополнительными к основной рабочей неделе. Работодатели прибегают к сверхурочным работам для стремительного увеличения деловой активности, рассматривая сверхурочную работу существующей рабочей силы как более гибкую альтернативу найму новых рабочих. Ставки оплаты сверхурочных работ могут колебаться от двух до трёх базисных ставок почасовых оплат.

См. ОПЛАТА.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О ПРОИСХОЖДЕНИИ (certificate of origin) — документ, в котором указана страна происхождения товара,

обращающегося на мировом рынке. Большинство стран согласны принимать свидетельства о происхождении, выпущенные государственными органами их торговых партнёров или их уполномоченными (ТОРГОВЫМИ ПАЛАТАМИ в Великобритании). Однако в том случае, когда изделия собраны в одной стране, а их детали, в основном, импортированы из других стран, часто возникают сложности с точным определением страны происхождения.

См. ПРАВИЛО ПРОИСХОЖДЕНИЯ, ЭКСПОРТ.

СВОБОДНАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА (free market economy) — см. ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

СВОБОДНАЯ ТОРГОВЛЯ (free trade) — МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ без каких-либо ограничений (таких как ИМПОРТНЫЕ ПОШЛИНЫ, КВОТЫ, ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ), накладываемых на свободное движение товаров и услуг между странами. Цель свободной торговли — сохранить выгоды международной СПЕЦИАЛИЗАЦИИ. Свободная торговля как политическая задача международного сообщества выдвигается на общемировом уровне ГЕНЕРАЛЬНЫМ СОГЛАШЕНИЕМ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ, а на более ограниченном региональном уровне — путём создания различных ЗОН СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ, ТАМОЖЕННЫХ СОЮЗОВ и ОБЩЕГО РЫНКА.

См. ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ, ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО, ЕВРОПЕЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ, ТОРГОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ.

СВОБОДНЫЕ БЛАГА (free goods) — такие блага, как вода и воздух, которые имеются в изобилии, а поэтому не рассматриваются как редкие (см. РЕДКОСТЬ). Эти блага потребляются в больших количествах, поскольку цена их предложения равна нулю, что, как правило, приводит к чрезмерному их использованию, вызывая ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ.

СВОБОДНЫЙ ПОРТ — см. ЗОНА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ 2.

СВОП (swap) — обмен товара, ставки процента по финансовому обязательству или валюты на другой товар, ставку процента или валюту соответственно. Выделяют три вида свопов:

(а) *товарные свопы* (product swaps): индивид А предлагает картофель индивиду В в обмен на велосипед (см. БАРТЕР);

(б) *процентные свопы* (interest rate swaps) (см. ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА): компания, которая имеет долг с *переменной ставкой процента*, может ожидать роста процентных ставок. Другая компания, имеющая долг с *фиксированной ставкой процента*, может ожидать падения процентных ставок. Поэтому вторая компания договаривается о выплате сумм под переменный процент первой компании и в обмен на это получает суммы под

фиксированный процент. Процентные свопы могут осуществляться одновременно по разным кредитным инструментам, позволяя управляющим финансами снизить общую сумму всех процентных выплат компании;

(в) *валютные* свопы (currency swaps) — одновременная покупка и продажа иностранных валют, — которые могут принимать две формы: (1) наличный/форвардный своп (одновременная покупка и продажа валюты на НАЛИЧНОМ РЫНКЕ, сочетающаяся с продажей или покупкой этой же валюты на ФЬУЧЕРСНОМ РЫНКЕ); (2) форвардный/форвардный своп (пара форвардных валютных контрактов, предполагающих форвардную покупку и продажу определённой валюты, которые должны осуществиться в различные моменты в будущем).

Валютные свопы используются фирмами, участвующими в международной торговле, чтобы минимизировать риск убытков от изменений валютных курсов (см. ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ).

♦СВЯЗАННЫЕ♦ ПРОДАЖИ (ТОРГОВЛЯ ♦НАБОРАМИ♦) (tie-in sales) — вид ПРАКТИКИ ОГРАНИЧЕНИЯ ТОРГОВЛИ, при котором поставщик требует, чтобы покупатель продукта А (связываемое благо) купил еще один или несколько других продуктов (связываемые блага) у продавца А. Подобно соглашению об ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОМ ДИЛЕРСТВЕ, это может ограничить возможность покупателя приобрести эти товары у конкурирующих поставщиков и, таким образом, ограничить эффективную конкуренцию.

См. ПОЛИТИКА КОНКУРЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ.

СВЯЗЬ ПРЕДЕЛЬНЫХ И СРЕДНИХ ЗАТРАТ (marginal cost/average cost relationship) — математическая зависимость между ПРЕДЕЛЬНЫМИ ЗАТРАТАМИ и СРЕДНИМИ ЗАТРАТАМИ (см. рис. 107).

Если средние затраты (АС) снижаются, то предельные затраты (МС) всегда меньше средних. Это означает, что, если затраты на дополнительную единицу выпуска снижают АС, они должны быть по своему значению меньше АС. Когда АС растут, МС всегда выше, чем АС, т. е., если производство дополнительной единицы выпуска повышает АС, затраты её производства должны быть больше АС. Кривая МС пересекает кривую АС в точке минимума последней, как показано на рис. 107.

СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ (money supply/spending linkages) — 1. Косвенная связь (с кейнсианской точки зрения) между ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ДЕНЕГ и СОВОКУПНЫМ СПРОСОМ, опосредованная процентной ставкой. Она заключается в том, что увеличение предложения денег (от M до M^1 на

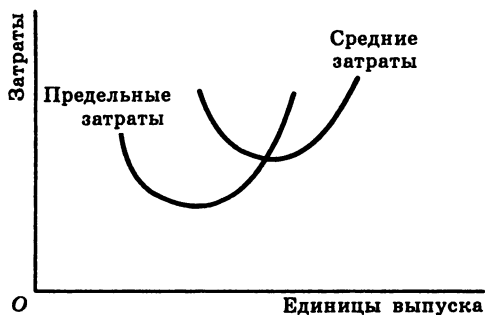


Рис. 107. Связь предельных и средних затрат.

рис. 108а) вызывает падение ставки процента (от r до r^1); результатом последнего является рост планируемых инвестиций от I до I^1 (рис. 108б). Увеличение инвестиций, в свою очередь, повышает совокупный спрос и через эффект мультипликатора поднимает уровень национального дохода с Y до Y^1 (рис. 108в). Падение процентных ставок может также увеличить расходы на потребление (снизившаяся цена заёмных средств побуждает людей шире использовать заёмное финансирование (см. ЗАЁМ) для покупки автомобилей, телевизоров и т. д.).

См. КЕЙНС, КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, ЛОВУШКА ЛИКВИДНОСТИ.

2. Прямая связь (с монетаристской точки зрения) между предложением денег и уровнем совокупного спроса. Она заключается в том, что увеличение предложения денег приводит непосредственно к повышению спроса на конечные потребительские товары и услуги. Это утверждение основывается на следующем допущении: когда домашние хозяйства и предприятия имеют больше денег, чем им необходимо для хранения, они расходуют избыток средств на приобретение выпускаемых в настоящее время денежных товаров и услуг.

См. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ, МОНЕТАРИЗМ, ЭФФЕКТ ВЫТЕСНЕНИЯ.

СВЯЗЬ С ЗАПАЗДЫВАНИЕМ (lagged relationship) — зависимость между двумя или более переменными в различные периоды времени. Например, текущее значение такой переменной, как расходы на потребление, будет зависеть от дохода в предшествующий период времени. Обозначим текущий период времени буквой t , предшествующий период — $t - 1$. В этом слу-

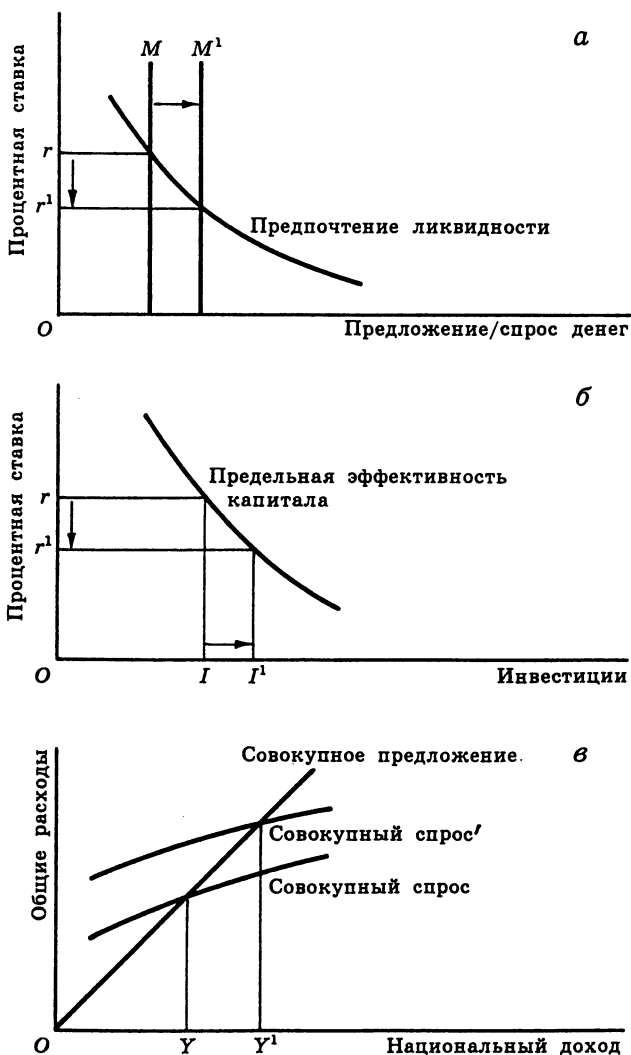


Рис. 108. Связь предложения денег и расходов. *а*. Процентная ставка. *б*. Плановые инвестиции. *в*. Национальный доход.

чае зависимость между доходом и потреблением принимает вид:

$$C_t = f(Y_{t-1}),$$

где C_t — потребление в текущем периоде, Y_{t-1} — доход в предшествующем периоде.

См. также ОПЕРЕЖЕНИЯ И ЗАПАЗДЫВАНИЯ, ПАУТИНООБРАЗНАЯ МОДЕЛЬ.

СГОВОР (collusion) — тип МЕЖФИРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, при котором фирмы приходят к соглашению или взаимопониманию по поводу своих действий на рынке. Успешный сговор требует принятия общей цели для всех фирм (например, цели МАКСИМИЗАЦИИ СОВМЕСТНОЙ ПРИБЫЛИ) и запрещения такого поведения, которое не соответствует достижению этой цели. Сговор может быть либо явным, либо неявным. Явный сговор обычно принимает форму письменного договора или устного соглашения, заключаемых на совещании заинтересованных в этом фирм. Неявный сговор может принимать форму «невывысказанного взаимопонимания», которое достигается в процессе ознакомления фирм с поведением друг друга.

Целью сговора может быть монополизация предложения продукта с намерением извлечь монопольную прибыль (см. МОНОПОЛИЯ) или «оборонительная» реакция на неблагоприятную конъюнктуру, направленная на недопущение падения цен ниже уровня безубыточности. Из-за своего, как правило, неблагоприятного воздействия на рыночную эффективность (создание «тепличных» условий для неэффективных, несущих большие затраты, производителей) и лишения покупателей выгод, связанных с конкуренцией (особенно низких цен), сговоры либо безоговорочно преследуются, либо (как в Великобритании) разрешаются, но лишь в исключительных обстоятельствах.

См. КАРТЕЛЬ, СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ, ОЛИГОПОЛИЯ, ДУОПОЛИЯ, СОГЛАШЕНИЕ ОБ ОБМЕНЕ ИНФОРМАЦИЕЙ, СУД ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ.

СДВИГ КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (supply curve (shift in)) — движение КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ из определённого положения влево или вправо в результате изменения любого фактора, определяющего предложение блага, кроме ЦЕНЫ этого блага.

Кривая предложения всегда строится с допущением CETERIS PARIBUS. Это означает, что, за исключением цены, все остальные факторы, влияющие на предложение (в частности затраты), остаются постоянными. Если какой-либо из этих факторов изменяется, то происходит *сдвиг* кривой предложения. Например, если производственные затраты снижаются, то кри-

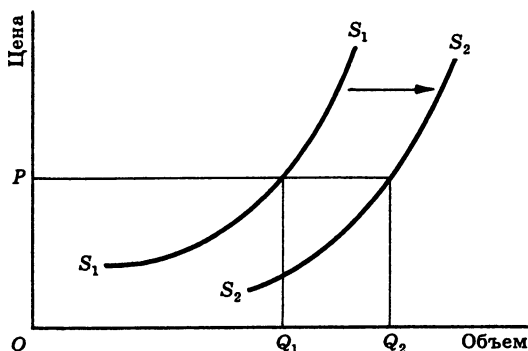


Рис. 109. Сдвиг кривой предложения. Снижение производственных затрат сдвигает кривую предложения из положения S_1S_1 в положение S_2S_2 , повышая объем предложения при цене OP с OQ_1 до OQ_2 . Величина этого сдвига зависит от чувствительности предложения продукта к изменениям затрат.

вая предложения сдвигается вправо (см. рис. 109) так, что теперь при каждом данном значении цены предлагается больший объем продукта.

См. также ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

СДВИГ КРИВОЙ СПРОСА (demand curve (shift in)) — перемещение КРИВОЙ СПРОСА из одного положения в другое (либо влево, либо вправо) в результате некоторого экономического изменения. Данная кривая спроса всегда строится на основании предположения CETERIS PARIBUS («при прочих равных условиях»), т. е. все прочие факторы, воздействующие на спрос (доход, вкусы и т. д.), считаются неизменными. Но если какой-нибудь из них изменится, то произойдет сдвиг кривой спроса. Например, если вырос доход, кривая спроса сдвинется вправо, так что при каждом уровне цены объем спроса будет больше, чем прежде. См. рис. 110.

См. также ФУНКЦИЯ СПРОСА, ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ.

СДЕЛКИ С ВНЕШНИМИ АКТИВАМИ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВАМИ (transactions in external assets and liabilities) — капитальный счёт ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, в который заносятся покупки и продажи иностранных активов гражданами одной страны, скажем Великобритании, и покупки и продажи активов в Великобритании, совершаемые иностранцами. Эти сделки включают в себя направленные внутрь и за пределы страны ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, состоящие в приобретении зарубежных физических АКТИВОВ и ЦЕННЫХ БУМАГ.

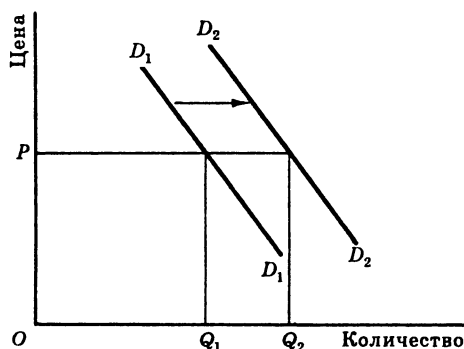


Рис. 110. Сдвиг кривой спроса. Увеличение дохода приводит к сдвигу кривой спроса из положения D_1D_1 в положение D_2D_2 , повышая, таким образом, спрос с OQ_1 до OQ_2 . Величина сдвига зависит от эластичности спроса по доходу.

СДЕЛЬЩИНА (piecework) — система оплаты, при которой индивидуальная ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА зависит от количества произведённой продукции. В некоторых отраслях система «оплаты по результатам» используется благодаря своему полезному воздействию на мотивацию рабочих и производительность. Другие отрасли могут использовать эту систему оплаты в меньшей степени, поскольку определение стоимости единицы выпускаемой продукции весьма затруднено.

СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ (cost of goods sold or cost of sales) — затраты, вычитаемые из дохода от реализации с целью определения ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛИ в СЧЁТЕ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ. Если торговая компания имеет ЗАПАСЫ готовой продукции, себестоимость реализованной продукции не равна стоимости закупок готовой продукции. В действительности для определения стоимости товаров, предназначенных к реализации, к стоимости запасов на начало периода реализации нужно прибавить стоимость закупаемых товаров, а затем для расчёта себестоимости продукции, реализованной в течение данного периода, следует вычесть из этой суммы стоимость запасов продукции, оставшихся на конец периода реализации.

См. ОЦЕНКА ЗАПАСОВ.

СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ О СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛЕ (North American free trade Agreement (NAFTA)) — региональная ЗОНА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ, созданная в 1989 г. США и Канадой. Это Соглашение устранило на десятилетний период торговые барьеры для большинства товаров, выпускаемых обра-

батывающей промышленностью, сырья и сельскохозяйственной продукции, а также ограничения на международные инвестиции, банковские и финансовые услуги. В 1993 г. к Соглашению присоединилась Мексика.

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА (market segmentation) — разделение РЫНКА на отдельные подгруппы покупателей, каждая со своими особыми характеристиками спроса, например мужчины и женщины. Благодаря этому разделению фирмы имеют возможность проводить стратегию ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА, чтобы удовлетворять потребности различных групп покупателей, увеличивая возможности сбыта своей продукции.

См. также ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ.

СЕЗОННАЯ БЕЗРАБОТИЦА (seasonal unemployment) — БЕЗРАБОТИЦА, связанная с изменениями спроса на отдельные товары и услуги в разное время года. Например, в конце лета может снижаться спрос на сборщиков клубники, а в конце рождественских праздников — на Санта-Клаусов. Действие сезонной безработицы зависит от того, насколько быстро и легко люди могут перейти к другим видам деятельности, что, в свою очередь, определяется доступностью альтернативных рабочих мест, а также разносторонностью профессиональной подготовки людей и их желанием найти альтернативную работу.

СЕКВЕСТР, или **АРЕСТ ИМУЩЕСТВА** (sequestration) — хранение части АКТИВОВ сторон, участвующих в ПРОИЗВОДСТВЕННОМ КОНФЛИКТЕ или каком-либо другом конфликте, третьей стороной (*секвестратором*) до тех пор, пока конфликт не будет разрешён. Секвестраторы часто назначаются судами для исполнения штрафных санкций по отношению к ПРОФСОЮЗАМ, нарушившим трудовое законодательство.

СЕКТОР (sector) — часть экономики, обладающая определёнными общими характеристиками, что позволяет отделить её от других частей экономики в теоретических или практических целях. Например, широкое разделение может быть сделано между теми видами экономической деятельности, которые осуществляются государством (ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СЕКТОР), и теми видами деятельности, которые осуществляются частными физическими и юридическими лицами (ЧАСТНЫЙ СЕКТОР). Частный сектор, в свою очередь, можно подразделить на ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СЕКТОР (отдельные люди и домашние хозяйства), КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР (предприятия, предлагающие товары и услуги) и ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР (предприятия, оказывающие финансовые услуги).

СЕРТИФИКАТ (certificate) — документ, подтверждающий собственность на ЦЕННУЮ БУМАГУ (АКЦИИ и др.). В Великобритании сертификаты выпускаются на имя физического или юридического лица, зарегистрированного в реестре АКЦИОНЕРОВ компании в качестве собственника этих акций, а при последующей их перепродаже покупатель получают новые сертификаты. В странах, где используются ЦЕННЫЕ БУМАГИ НА ПРЕДЪЯВИТЕЛЯ (например, в США), на сертификатах не указываются данные о собственниках (только количество облигаций или акций) и собственником ценных бумаг признаётся держатель сертификата.

СЕРТИФИКАТ ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ (industrial development certificate) — инструмент РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ, который используется для контроля расположения фирм и отраслей.

СЕРЫЙ РЫНОК (grey market) — неофициальный рынок акций новых выпусков, на котором они обращаются перед тем, как быть включёнными в списки ФОНДОВОЙ БИРЖИ.

См. ЭМИССИЯ АКЦИЙ.

СЕТЬ МАГАЗИНОВ (chain store) — разветвлённая форма розничной торговли. Фирмы розничной торговли всех типов, от СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНОВ до УНИВЕРМАГОВ, можно организовать таким образом, чтобы воспользоваться преимуществами ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ. В отличие от предприятий с одним магазином сети магазинов способны максимизировать свою выручку, используя географический разрыв в ценах, а также максимизировать свою конкурентоспособность за счёт получения ценовых скидок на ОПТОВЫЕ ЗАКУПКИ продукции у производителей и предложения сортов собственных марок.

См. СУПЕРМАРКЕТ, МАГАЗИН УЩЕНЁННЫХ ТОВАРОВ, КООПЕРАТИВ, МАГАЗИН «СДЕЛАЙ САМ», РОЗНИЧНЫЙ ТРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА.

СИСТЕМА КЛИРИНГОВЫХ ПАЛАТ (clearing house system) — централизованный механизм взаимозачётов задолженности между финансовыми институтами, участвующими в процессе перевода денег, и торговцами товарами и ценными бумагами. Например, в банковских операциях в Великобритании, когда клиент банка А выписывает чек на клиента банка Б, а последний оплачивает чек в банке Б, банк А становится должен банку Б сумму этого чека. Если ежедневно происходят тысячи таких сделок, то возникает взаимная задолженность между банками. Лондонская клиринговая палата сводит все эти чеки вместе, погашает их и определяет в конце каждого дня величину чистой задолженности между банками. Эта чистая задолженность

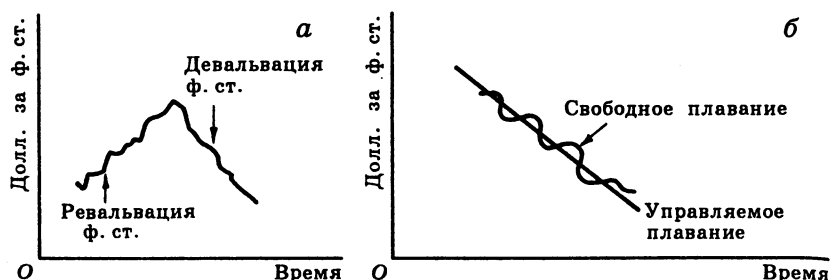


Рис. 111. Система плавающих валютных курсов. а. Если импорт в Великобританию из США растет быстрее, чем экспорт из Великобритании в США, то спрос Великобритании на доллары повысится относительно спроса США на фунты стерлингов. Это вызовет падение курса фунта стерлингов (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ 1) к доллару, делая американский импорт в Великобританию дороже, а английский экспорт в США дешевле. Напротив, если импорт в Великобританию из США растет медленнее, чем экспорт из Великобритании в США, то спрос Великобритании на доллары понизится относительно спроса США на фунты стерлингов. Это вызовет повышение курса фунта стерлингов (см. РЕВАЛЬВАЦИЯ 1), делая американский импорт в Великобританию дешевле, а английский экспорт в США дороже. б. На графике показано, как страны могут управлять «плаванием» валюты путем вмешательства (т. е. купли-продажи валют с помощью своих валютных резервов), направленного на смягчение краткосрочных колебаний и сглаживание линии долгосрочной тенденции.

потом погашается путём перевода остатков, хранимых КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ на счетах ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА (Банка Англии).

Подобная расчётная функция выполняется на рынках товаров и ценных бумаг соответственно Международной товарной клиринговой палатой и Лондонской биржей финансовых фьючерсов.

См. ФОНДОВАЯ БИРЖА, ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК, РЫНОК ПЕРВИЧНЫХ БЛАГ.

СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ (floating exchange-rate system) — механизм координации ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ разных стран, при котором курс валюты каждой страны относительно других валют определяется взаимодействием спроса и предложения на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ. Валютный курс может расти (РЕВАЛЬВАЦИЯ 1) или падать (ДЕВАЛЬВАЦИЯ 1), отражая соответственно силу или слабость состояния ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА страны и степень спекулятивной активности (см. СПЕКУЛЯНТ), как это показано на рис. 111. Теоретически это всегда должно приводить к установлению равновесного валютного курса (т. е. курса, обеспечивающего достижение

страной РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА), давая ей возможность реализовать желаемую внутреннюю политику без каких-либо внешних ограничений. Однако в действительности нерегулируемое свободное плавание валют создаёт хаотические и дестабилизирующие колебания валютных курсов, зачастую усиливаемые спекулятивными потоками «ГОРЯЧИХ ДЕНЕГ». Это затрудняет осуществление торговых сделок (контрактов на ЭКСПОРТ, ИМПОРТ) и инвестиций (ЗАГРАНИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ), так как беспорядочные колебания валютных курсов делают результаты этих операций неопределёнными. По этой причине страны часто предпочитают управлять своими валютными курсами (как это показано на рис. 111), когда их ЦЕНТРАЛЬНЫЕ БАНКИ покупают и продают валюту на валютном рынке.

Хотя это и создаёт более устойчивую и управляемую обстановку, фирмы тем не менее вынуждены обычно прибегать к покупке ОПЦИОНОВ на ФЬЮЧЕРСНОМ РЫНКЕ (см. ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ), чтобы покрыть свои потребности в валюте.

Более того, вмешательство государства в процессы, происходящие на валютном рынке, иногда выходит за рамки простого «сглаживания» валютного курса и может вылиться в сознательную попытку манипулировать валютным курсом, чтобы добиться преимущества в торговле над другими странами (так называемое «грязное плавание»). Ср. СИСТЕМА ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА.

См. ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ, ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ АКТИВОВ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД, СЧЁТ СТАБИЛИЗАЦИИ ВАЛЮТНОГО КУРСА.

СИСТЕМА «ПЛАНИРОВАНИЕ—ПРОГРАММИРОВАНИЕ—ФИНАНСИРОВАНИЕ» (planning—programming—budgeting system) — система предоставления и анализа информации, обеспечивающей решения относительно размещения ресурсов в государственном секторе. В соответствии с этой системой государственный орган (департамент) при осуществлении своей деятельности должен учитывать: (а) поставленные цели; (б) виды деятельности, необходимые для достижения этих целей; (в) необходимые ресурсы для осуществления этих видов деятельности; (г) результаты (которые будут достигнуты). Эта система противоречит традиционному способу, по которому государство классифицирует расходы по двум принципам: кто осуществляет расходы (местное или центральное правительство, государственный департамент и т. д.) и как расходуются средства (выплаты жалованья, закупка оборудования и т. д.). Вместо этого расходы классифицируются в соответствии

с целями политики, которые достигаются при осуществлении тех или иных видов расходов (бюджетная программа).

См. ПРОВЕРКА ДЕНЕЖНОЙ СТОИМОСТИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ.

СИСТЕМА ПОЛЗУЩИХ КУРСОВ (crawling-peg exchange rate system) — один из видов СИСТЕМЫ ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА, при котором ВАЛЮТНЫЕ КУРСЫ разных валют фиксируются (поддерживаются) на определённом уровне (например, 1 ф. ст. = 2 долл.), но при этом часто (еженедельно или ежемесячно) изменяются на небольшую величину в ответ на соответствующие изменения на ВАЛЮТНЫХ РЫНКАХ, достигая новых фиксированных значений. Например, 1 ф. ст. = 1.90 долл. — поддержание фунта стерлингов на более низком уровне относительно доллара (ДЕВАЛЬВАЦИЯ), или 1 ф. ст. = 2.10 долл. — поддержание фунта стерлингов на более высоком уровне относительно доллара (РЕВАЛЬВАЦИЯ).

СИСТЕМА РАБОТЫ ПО СМЕНАМ (shift system) — метод организации работы, позволяющий производственной единице (заводу) более полно использовать свой потенциал. Для многих заводов стандартный рабочий день работающего персонала составляет восемь часов, но с использованием двух- или трёхсменной системы завод может работать в течение целых суток.

Это позволяет фирме максимально использовать свои ПОСТОЯННЫЕ РЕСУРСЫ и одновременно снизить удельные издержки производства.

См. ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА.

СИСТЕМА «ТОЧНО В СРОК» (just-in-time (JIT) system) — система, при которой продукты доставляются покупателям, а материалы и компоненты покупаются для следующей стадии производства именно в тот момент, когда в них возникает потребность. Система «точно в срок» позволяет добиться экономии на складских расходах готовой продукции, подгоняя величину выпуска под объём заказов потребителей, а также экономии на складах полуфабрикатов и сырья, синхронизируя потоки материалов между звеньями производственной цепи. Управление системой «точно в срок» требует высокой степени интеграции между поставщиками и потребителями, создавая большую часть преимуществ ВЕРТИКАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ, позволяя в то же время фирмам оставаться независимыми и торговать на РЫНКАХ.

СИСТЕМА УЧАСТИЯ РАБОТНИКОВ В СОБСТВЕННОСТИ (employee share ownership plan (ESOP)) — система, в соответствии с которой работники приобретают АКЦИИ компании, в которой

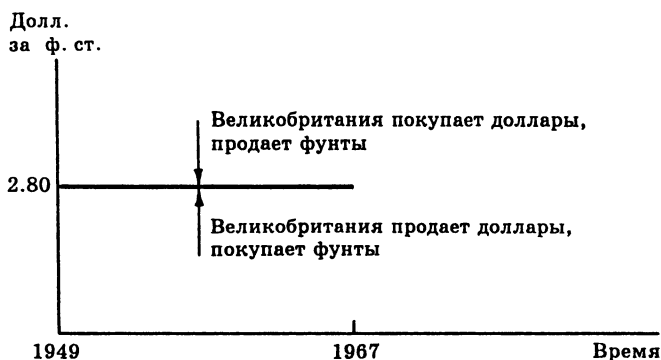


Рис. 112. Система фиксированного валютного курса. Валютный курс фунта стерлингов по отношению к доллару США в 1949–1967 гг.

они заняты. Конечно, работники могут купить акции своей компании на открытом рынке, или компании могут просто подарить им акции. Однако в последнее время многие компании стали применять систему участия работников в собственности, в соответствии с которой часть акций компании официально передаётся работникам, что поощряется в Великобритании налоговыми скидками.

ESOP рассматривается в качестве средства увеличения привязанности и обязательности работников по отношению к фирме, что призвано снизить текучесть кадров и стимулировать рост производительности.

См. УЧАСТИЕ В ПРИБЫЛЯХ, УЧАСТИЕ РАБОЧИХ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ.

СИСТЕМА ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА (fixed exchange rate system) — механизм синхронизации колебаний и координации ВАЛЮТНОГО КУРСА (см. ВАЛЮТА) стран — членов системы. При данной системе определяется центральный паритет каждой валюты относительно других валют системы, и страны обязаны поддерживать этот паритет путём купли-продажи валюты. Так, с 1949 по 1967 г. при *прежней* системе фиксированного валютного курса МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА Великобритания поддерживала обменный курс 1 ф. ст. = 2.8 долл. США. Если цена на фунт стерлингов на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ поднималась, ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК Великобритании покупал доллары и продавал фунты, если цена на фунт стерлингов падала, Центральный банк продавал доллары и покупал фунты. См. рис. 112. Из-за технических сложностей ежедневного поддержания ва-

лютного курса с абсолютной точностью в большинстве систем фиксированного валютного курса вводился «допустимый диапазон» колебаний курса. Так, в *нынешней* ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЕ допустимы отклонения курсов валют стран-членов на 2.25% в обе стороны от центрального значения паритета.

После того как валютный курс зафиксирован, страны обязаны поддерживать его в течение достаточно длительного периода, но они имеют право девальвировать свои валюты (т. е. производить фиксацию их на новом, более низком уровне; см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ 2) или ревальвировать их (т. е. производить фиксацию их на новом, более высоком уровне; см. РЕВАЛЬВАЦИЯ 2), если их ПЛАТЁЖНЫЕ БАЛАНСЫ находятся в состоянии хронического дефицита или избытка соответственно.

Вообще говоря, деловые круги предпочитают фиксированные валютные курсы ПЛАВАЮЩИМ ВАЛЮТНЫМ КУРСАМ, так как первые позволяют им участвовать в торговле (контракты на ЭКСПОРТ, ИМПОРТ) и в финансовых сделках (ЗАГРАНИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ) с заранее известными ценами в иностранной валюте и с заранее просчитанными результатами этих операций. Главный недостаток такого рода системы состоит в том, что государства часто не торопятся изменять валютные курсы либо по политическим соображениям (например, непопулярность девальваций), либо потому, что они решают бороться с неравновесием платёжного баланса с помощью других мер, поэтому фиксированный курс идет вразрез с рыночной тенденцией. В этих случаях СПЕКУЛЯЦИЯ валютой создаёт крайне разрушительные потоки «ГОРЯЧИХ ДЕНЕГ», дестабилизирующие положение на валютных рынках и вынуждающие центральный банк тратить огромные суммы из своих МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ, чтобы сохранить паритет. Если в результате такого давления приходится девальвировать одну валюту, то, как правило, создаётся эффект «домино», так как другие слабые валюты точно так же начинают подвергаться давлению спекуляции.

Защитники системы гибких валютных курсов (в частности, относительно малочисленные блоки типа Европейской валютной системы) подчёркивают, что для того, чтобы ослабить внутренние трения между странами-членами, более сильные члены должны брать на себя оплату всего процесса корректировки (например, ревальвируя свои валюты в случае необходимости), а не обрекать более слабые страны на несение всего бремени. Страны также должны стремиться к конвергенции своей экономической политики как в отношении целей (например, низ-

кий уровень инфляции), так и инструментов (например, схожая структура процентных ставок).

См. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, СИСТЕМА ФИКСИРОВАННЫХ КОРРЕКТИРОВОК ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ, СИСТЕМА ПОЛЗУЩИХ КУРСОВ, ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ, СЧЁТ СТАБИЛИЗАЦИИ ВАЛЮТНОГО КУРСА.

СИСТЕМА ФИКСИРОВАННЫХ КОРРЕКТИРОВОК ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ («adjustable peg» exchange-rate system) — форма СИСТЕМЫ ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА, первоначально использовавшаяся МЕЖДУНАРОДНЫМ ВАЛЮТНЫМ ФОНДОМ, при которой ВАЛЮТНЫЕ КУРСЫ привязаны к определённым величинам (например, 1 ф. ст. = 3 долл.), которые при необходимости могут быть заменены другими фиксированными величинами. Например, 1 ф. ст. = 2 долл. — перепривязка фунта к более низкой величине в долларах (ДЕВАЛЬВАЦИЯ); или 1 ф. ст. = 4 долл. — привязка фунта к более высокой величине в долларах (РЕВАЛЬВАЦИЯ).

СИСТЕМА ЦЕН НА ОСНОВЕ БАЗИСНОГО ПУНКТА (basing point price system) — принцип ценообразования на такие товары, как, например, цемент, крупные по объёму и требующие значительных транспортных затрат, что приводит к ценовым различиям между разными районами. Потребители, расположенные близко к источнику снабжения (или «базисному пункту»), платят за доставку меньшую цену по сравнению с потребителями, находящимися дальше от него.

См. ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПО ДОСТАВКЕ (С УЧЁТОМ ДОСТАВКИ).

СКИДКА (discount) — продажа новых АКЦИЙ и ОБЛИГАЦИЙ по сниженной цене. В Великобритании это означает выпуск в обращение новых акций по цене ниже номинальной; в других странах, где акции не имеют номинала, — продажу новых акций ниже их текущей рыночной цены.

СКИДКА ПО СОВОКУПНОМУ ОБЪЁМУ (aggregated rebate) — торговая практика, состоящая в том, что СКИДКИ на покупки относятся не к отдельным заказам клиентов, а к общему объёму их покупок за определённый период времени. Скидка по совокупному объёму используется для поощрения в покупателях «верности» продавцу, но в то же время может привести к антиконкурентным последствиям, ибо она побуждает покупателей обращать все свои заказы к одному продавцу, избегая других, конкурирующих с ним.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТОРГОВАЯ ПРАКТИКА.

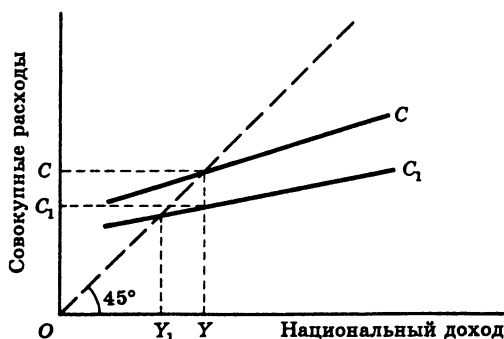


Рис. 113. Склонность к импорту. Воздействие повышения склонности к импорту на национальный доход.

СКЛАД (store) — охраняемая зона, предназначенная для хранения сырья или комплектующих изделий, не требующихся в данный момент в производственном процессе, либо конечных продуктов, не нужных в данный момент для доставки потребителям.

СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ (propensity to import) — доля НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая тратится на ИМПОРТ. Средняя склонность к импорту (АРМ) определяется так:

$$АРМ = \frac{\text{общий импорт}}{\text{общий доход}}.$$

Предельная склонность к импорту (МРМ) — это доля изменения дохода, затрачиваемая на импорт:

$$МРМ = \frac{\text{изменение импорта}}{\text{изменение дохода}}.$$

С другой стороны, импорт может выражаться как часть РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

Увеличение склонности к импорту уменьшает расходы на потребление отечественных товаров при данном уровне дохода, например, с OC до OC_1 на рис. 113. Это увеличивает расходы на импорт в МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и снижает национальный доход с OY до OY_1 .

См. МУЛЬТИПЛИКАТОР, РАСХОДЫ НА ИМПОРТ.

СКЛОННОСТЬ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ (propensity to tax) — доля НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, получаемая государством от НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ. Средняя склонность к налогообложению (АРТ) определяется так:

$$APT = \frac{\text{общее налогообложение}}{\text{общий доход}}.$$

Предельная склонность к налогообложению (MPT) — это доля изменения дохода, которая изымается в виде налога:

$$MPT = \frac{\text{изменение налогообложения}}{\text{изменение дохода}}.$$

Прямые налоги уменьшают общий доход до РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА. Часть этого располагаемого дохода будет израсходована на потребление, и косвенные налоги на купленные товары и услуги ещё больше уменьшат ту часть дохода, которая вернётся в корпоративный сектор в качестве дохода факторов производства.

Рост склонности к налогообложению уменьшает располагаемый доход при данном уровне дохода (увеличиваются «утечки» на налоги из кругооборота национального дохода (см. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА), снижая затраты на потребление, что ведёт к сокращению уровня СОВОКУПНОГО СПРОСА и НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА).

См. МУЛЬТИПЛИКАТОР.

СКЛОННОСТЬ К ПОТРЕБЛЕНИЮ (propensity to consume) — доля НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая расходуется домашними хозяйствами на потребление товаров и услуг. Средняя склонность к потреблению (APC) определяется как

$$APC = \frac{\text{общее потребление}}{\text{общий доход}}.$$

Предельная склонность к потреблению (MPC) — это доля изменения дохода, которая расходуется на потребление:

$$MPC = \frac{\text{изменение потребления}}{\text{изменение дохода}}.$$

С другой стороны, потребление может быть выражено как часть РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

В упрощенной версии МОДЕЛИ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА весь располагаемый доход либо потребляется, либо сберегается. Следовательно, сумма MPC и ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТИ К СБЕРЕЖЕНИЮ всегда равна единице.

Рост склонности к потреблению увеличивает расходы на потребление при данном уровне дохода, например, с OC до OC_1 при уровне дохода Y на рис. 114. Это увеличение потребления вливается в кругооборот национального дохода и приводит к увеличению совокупного спроса и национального дохода.

См. МУЛЬТИПЛИКАТОР, РАСХОДЫ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ.

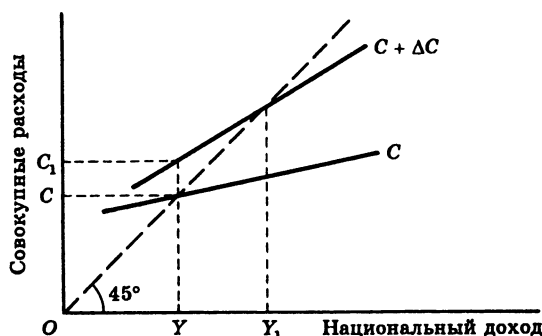


Рис. 114. Склонность к потреблению. Воздействие повышения склонности к потреблению на национальный доход.

СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ (propensity to save) — доля НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая сберегается домашними хозяйствами (см. СБЕРЕЖЕНИЯ). Средняя склонность к сбережению (APS) определяется как

$$APS = \frac{\text{общие сбережения}}{\text{общий доход}}.$$

Предельная склонность к сбережению (MPS) — это доля изменения дохода, которая сберегается:

$$MPS = \frac{\text{изменение сбережений}}{\text{изменение дохода}}.$$

С другой стороны, сбережения могут быть выражены как доля РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

В упрощённой модели КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА весь располагаемый доход либо потребляется, либо сберегается домашними хозяйствами. Следовательно, сумма ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТИ К ПОТРЕБЛЕНИЮ и MPS будет равна единице (заметим, что сбережением является любая часть располагаемого дохода, которая не тратится потребителями, независимо от того, где она находится: на банковском счёте, под кроватью или ещё где-либо).

Рост склонности к сбережению уменьшает расходы на потребление при данном уровне дохода, например, с OC до OC_1 при уровне дохода Y на рис. 115. Это увеличивает изъятия сбережений из кругооборота национального дохода, что приводит к снижению совокупного спроса и национального дохода.

См. МУЛЬТИПЛИКАТОР.

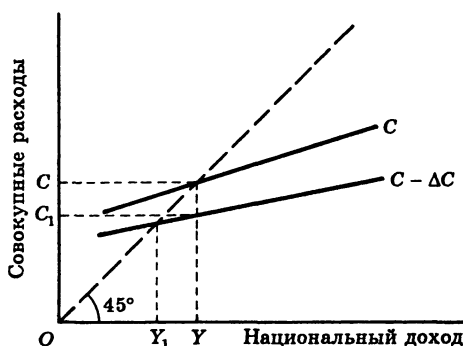


Рис. 115. Склонность к сбережению. Воздействие повышения склонности к сбережению на национальный доход.

СКОРОСТЬ КОРРЕКТИРОВКИ (adjustment speed) — темп, с которым рынки приспосабливаются к меняющимся экономическим условиям. Скорость корректировки разных рынков различна. Так, например, на валютном рынке обменный курс валюты, как правило, меняется быстро, приспосабливаясь к избыточному предложению или избыточному спросу на неё. Столь же быстрая реакция характерна для рынков первичных благ и денежных рынков, где товарные цены и процентные ставки быстро меняются применительно к условиям спроса и предложения. Рынки первичных продуктов (см. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА) приспосабливаются обычно медленнее, так как цены этих продуктов, как правило, административно фиксируются и в целом меняются редко, в ответ на крупные сдвиги в предложении или спросе. Наконец, отдельные рынки, особенно рынок труда, приспосабливаются более медленно, поскольку зарплата фиксируется заключением долгосрочных коллективных договоров.

См. НЕГИБКОСТЬ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ.

СКОРОСТЬ ОБРАЩЕНИЯ ДЕНЕГ (velocity of circulation) — величина, показывающая, сколько раз в среднем за год каждая денежная единица (см. ДЕНЬГИ) используется для покупок годового выпуска конечных товаров и услуг (ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА). Если, например, общая стоимость годового конечного выпуска составляет 100 млн ф. ст., а общее ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ составляет 10 млн ф. ст., тогда в среднем каждый фунт стерлингов сменил за год десять владельцев.

Существует полемика между монетаристскими сторонниками количественной теории денег и кейнсианцами по поводу

стабильности скорости обращения денег. Монетаристы (см. МО-
НЕТАРИЗМ) утверждают, что скорость обращения стабильна или
изменяется медленно с течением времени, вследствие чего су-
ществует прямая связь между предложением денег и темпом
инфляции. Кейнсианцы (см. КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕО-
РИЯ) утверждают, что скорость обращения денег нестабильна и
может быстро изменяться, нейтрализуя последствия любых
изменений объёма предложения денег.

СКРЫТАЯ БЕЗРАБОТИЦА 1. (hidden unemployment) — ситуа-
ция, при которой, несмотря на то, что люди формально заня-
ты, их ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ незначительна или равна нулю.
Это может происходить в том случае, если сильные профсоюзы
способны осуществить ограничительную трудовую практику,
такую как ИЗБЫТОК РАБОЧЕЙ СИЛЫ, или если государство соз-
даёт избыточный бюрократический аппарат.

2. (disguised (concealed) unemployment) — одна из форм БЕЗ-
РАБОТИЦЫ, при которой люди, способные и готовые работать,
не зарегистрированы в качестве безработных и ищущих работу
и поэтому не учитываются в официальных данных о безработи-
це. Если у людей нет очевидных стимулов быть зарегистриро-
ванными в качестве безработных (например, получение пособия
по безработице, связанное с регистрацией в службе занятости),
то официальные данные могут значительно недоучитывать фак-
тический уровень безработицы.

См. ЛОВУШКА БЕДНОСТИ.

СКРЫТОЕ СНИЖЕНИЕ ЦЕН (hidden price reduction) — повыше-
ние качества или увеличение количества продукта, предлага-
емого по неизменной ЦЕНЕ. Например, увеличение веса паке-
тика чипсов, продаваемого по той же цене, что и раньше.
Ср. СКРЫТЫЙ РОСТ ЦЕН.

СКРЫТЫЙ РЕЗЕРВ (hidden reserve) — недооценка АКТИВОВ или
переоценка ПАССИВОВ фирмы в её БАЛАНСЕ. Например, принад-
лежащие фирме земля и здания могут быть учтены в балансе
по ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ (ИСТОРИЧЕСКОЙ) СТОИМОСТИ, в то время как
текущая рыночная ценность этих активов может быть намного
выше. Таким образом, если произведен пересмотр активов для
отражения текущей рыночной ценности, то разница формаль-
но должна быть указана в балансе как увеличение капиталь-
ных РЕЗЕРВОВ.

См. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ.

СКРЫТЫЙ РОСТ ЦЕН (hidden price rise) — снижение качества
или уменьшение количества продукта, предлагаемого по неиз-
менной ЦЕНЕ. Например, снижение веса плитки шоколада, про-

даваемого по той же цене, что и раньше. Ср. СКРЫТОЕ СНИЖЕНИЕ ЦЕН.

СКУПКА (corner) — покупка или попытка покупки всего предлагаемого количества определённого продукта на РЫНКЕ, в результате которой возникает временная МОНОПОЛИЯ, направленная на эксплуатацию рынка.

СЛИТОК (bullion) — драгоценные металлы: ЗОЛОТО, серебро, платина и т. п., которые обращаются в форме брусков и монет, используемых как средство вложения денег, и применяются в ювелирном деле и для промышленных целей. Слитки из некоторых металлов (в частности, золота) хранятся в ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКАХ и используются в качестве МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ для финансирования дефицита платёжного баланса.

СЛИЯНИЕ (merger or amalgamation) — объединение двух или более фирм. В отличие от ПОГЛОЩЕНИЯ, при котором одна из фирм совершает «враждебное» ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО ПОГЛОЩЕНИЮ другой фирмы без согласия руководства фирмы-жертвы, слияние обычно предполагает взаимное соглашение. Можно выделить три общие категории слияния: (а) горизонтальное слияние фирм, являющихся непосредственными конкурентами на одном и том же рынке; (б) вертикальное слияние фирм, находящихся друг с другом в отношениях поставщика—покупателя; (в) образование конгломератов — слияния фирм, действующих на не связанных друг с другом рынках с целью диверсификации своей деятельности.

С точки зрения фирмы слияния могут быть выгодными, если они дают возможность сохранить уровень издержек производства и обращения, позволяя либо расширить существующую сферу деятельности, либо переместить её в новые области, либо устранить нежелательную конкуренцию и увеличить влияние фирмы на рынке.

Если же рассматривать слияния более широко — в контексте их влияния на рыночные процессы, — то можно сделать следующие выводы: слияния могут, с одной стороны, обеспечить большую эффективность использования ресурсов, а с другой стороны, уменьшая конкуренцию, привести к менее эффективному размещению ресурсов.

Обычно выгода слияния заключается в достижении большей эффективности за счёт расширения сферы деятельности фирмы. Можно выделить несколько важных источников повышения эффективности. Горизонтальные слияния часто позволяют фирмам снизить издержки благодаря ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА в производстве и обращении, а также РАЦИОНАЛИЗА-

ции. Кроме того, образованная в результате слияния компания может иметь доступ к техническим ноу-хау и финансовым ресурсам, которые прежде были доступны лишь одной из фирм. Вертикальные слияния дают выигрыш в эффективности производства, расширяя возможности планирования производства, в особенности там, где последовательные производственные процессы тесно связаны друг с другом. Кроме того, они дают экономию при хранении и реализации товаров. Конгломератные слияния могут обеспечить сокращение накладных расходов (финансовых, административных и маркетинговых). Они также могут привести к важному взаимообогащению идеи, особенно если образовавшаяся в результате компания отличается хорошим управлением.

Несмотря на то что слияния могут привести к повышению эффективности и тем самым — благосостояния потребителей, они в то же время способствуют увеличению власти МОНОПОЛИЙ, наиболее явно — в случаях горизонтальных и вертикальных слияний. Горизонтальные слияния в первую очередь повышают уровень КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ на рынке, сокращая число независимых производственных единиц. Когда образовавшаяся в результате слияния фирма становится крупным производителем на рынке, это уменьшает эффективную конкуренцию и увеличивает её контроль над этим рынком и возможности диктата в назначении цен. Вертикальное слияние также способствует увеличению рыночной власти. Например, если фирма-потребитель приобретает фирму-поставщика и если этот поставщик крупнее остальных, то другие (неинтегрированные) потребители будут вынуждены покупать сырьё у интегрированного поставщика и затем продавать свои продукты в конкуренции с интегрированной фирмой-покупателем конечным потребителям. Это позволяет объединённой фирме производить ценовую дискриминацию, иметь больший доступ к сырью и материалам и, таким образом, уменьшать прибыли неинтегрированных фирм. Конгломератные слияния на первый взгляд не порождают монопольную власть. Тем не менее следует отметить, что конгломерат имеет возможность влиять на состояние конкуренции на нескольких отдельных рынках путём внутренних переливов ресурсов и, таким образом, обладать большей степенью монопольной власти, чем позволяла их доля до объединения.

В целом слияния заключают в себе одновременно и преимущества, и недостатки. В Великобритании начиная с 1965 г. слияния, которые создают или расширяют рыночную долю фирмы по какому-либо продукту свыше 25% или в которых

стоимость приобретённых активов превышает 30 млн ф. ст., рассматриваются КОМИССИЕЙ ПО МОНОПОЛИЯМ И СЛИЯНИЯМ на предмет соответствия общественным интересам.

См. также ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, МОДЕЛЬ КОМПРОМИССА УИЛЬЯМСОНА, ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, КОДЕКС СИТИ, РАЗДЕЛЕНИЕ.

СЛОЖНЫЙ ПРОЦЕНТ (compound interest) — ПРОЦЕНТ по ЗАЙМУ, который начисляется не только на исходную величину ссуды, но и на те проценты, которые выросли раньше. Это означает, что с течением времени процентные платежи растут экспоненциально; например, по ссуде в 100 ф. ст. со сложным процентом, равным 10% в год, будет накоплено долга к концу первого года на 110 ф. ст., к концу второго года — на 121 ф. ст. и т. д. по следующей формуле:

$$\text{Накопленная сумма долга} = \frac{\text{основной долг}}{\text{долг}} \cdot \left(1 + \text{ставка процента}\right)^{\text{число периодов}},$$

так что $121 = 100 \cdot (1 + 0.1)^2$. Ср. ПРОСТОЙ ПРОЦЕНТ.

СЛУЧАЙНОЕ БЛУЖДЕНИЕ (random walk) — см. ГИПОТЕЗА ЭФФЕКТИВНЫХ РЫНКОВ.

СМЕРТНОСТЬ (death rate) — число умерших в год на тысячу человек. В 1991 г., например, в Великобритании смертность составила 12 человек на 1000 человек НАСЕЛЕНИЯ. Разность между этим показателем и РОЖДАЕМОСТЬЮ представляет собой темп естественного прироста населения страны за определённый период. По мере повышения уровня экономического развития страны смертность, как правило, падает.

СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА (mixed economy) — способ организации экономики. При этой ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ некоторые товары и услуги производятся частными предпринимателями, другие, как правило основная часть ИНФРАСТРУКТУРЫ (электричество, почтовые услуги, водоснабжение и др.), обеспечиваются государством.

Смешанная экономика — характерная черта большинства современных развитых и развивающихся стран, «чистая» ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА и ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА встречаются редко. Соотношение частного предпринимательства и государственного сектора в отдельных странах существенно варьирует между названными крайностями и подвержено сильному влиянию политических идеологий этих стран.

См. НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, ПРИВАТИЗАЦИЯ.

СМИТ, АДАМ (1723–1790) (Smith, Adam) — шотландский экономист, чьи труды сформировали основу КЛАССИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ. В своей самой известной книге «Исследования о природе и причинах богатства народов» Смит подчеркнул преимущества разделения труда, доказал необходимость специализации и обмена, описал в общих чертах функционирование рыночного механизма (см. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА). Смит утверждал, что, когда производители свободны в поиске прибылей от производства товаров и услуг, «невидимая рука» рыночных сил гарантирует правильность выбора для производства тех или иных благ. При отсутствии государственного регулирования рынков, т. е. в условиях LAISSEZ FAIRE, конкуренция организует производство так, что общественное благосостояние возрастает.

На конкурентных рынках конкуренция проявляется в том, что производители, стремясь продать как можно больше своей продукции, снижают цены до минимального уровня, покрывающего издержки производства и позволяющего получить нормальную прибыль. Далее, если определённые товары оказались слишком редкими, то покупатели готовы заплатить за них более высокие цены, привлекая тем самым большее число производителей в отрасли, производящие эти товары. В результате предложение этих товаров увеличивается. Таким образом, производство в рыночной системе направляется потребностями людей.

Смитовская схема рыночного механизма описывала новую экономическую систему, начинавшую тогда своё развитие в западных странах, только что прошедших процесс индустриализации.

Следует отметить, что Смит выделил два важных условия, необходимых для нормального функционирования рыночной системы: (а) рынки должны быть свободны от государственного вмешательства, от жесткого регулирования правительством экономической деятельности, преобладавшего в «досмитовские» времена; (б) эгоистическое поведение производителей только там может послужить на благо обществу, где превалирует конкуренция. Дело в том, что Смит очень подозрительно относился к монополиям, считая их заговором против потребителя.

См. ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, или **АТОМИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ** (perfect competition or atomistic competition) — тип РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЫ, включающий следующие характеристики: (а) *большое количество фирм и покупателей*, т. е. большое количество независимо действующих фирм и покупателей, при этом все они настолько малы, что не способны

в отдельности влиять на цену продукта; (б) *однородность продукта*, т. е. продукты, предлагаемые конкурирующими фирмами, не только идентичны по физическим параметрам, но и воспринимаются покупателями как одинаковые, так что последние не делают предпочтений между продуктами различных производителей; (в) *свободные вход на рынок и выход с рынка*, т. е. отсутствуют БАРЬЕРЫ ВХОДА (препятствия для вступления на рынок новых фирм) или препятствия для выхода с рынка существующих фирм; (г) *совершенная информированность* продавцов и покупателей о состоянии рынка.

На рынке совершенной конкуренции отдельные продавцы не контролируют цены, по которым они реализуют свою продукцию, так как цена определяется условиями совокупного рыночного спроса и предложения. Каждая фирма производит настолько малую часть общего объёма отраслевого выпуска, что увеличение или уменьшение количества продукции, выпускаемой отдельной фирмой, не окажет ощутимого влияния на общее предложение и, следовательно, на цены. Более того, при наличии бесконечной ПЕРЕКРЕСТНОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА между однородными товарами конкурирующих продавцов ни один продавец не сможет поднять цену выше установившейся рыночной цены, не потеряв всех своих клиентов. Таким образом, КРИВАЯ СПРОСА на продукт данной фирмы представляет собой горизонтальную прямую линию, соответствующую установившейся рыночной цене. В результате предельная выручка (MR) равняется средней выручке (AR). Конкурирующая фирма *принимает цену* как нечто лежащее за пределами контроля и будет регулировать свой объём выпуска, пытаясь обеспечить себе максимальную прибыль при данной цене, т. е. фирма будет продолжать производить дополнительные единицы продукции до тех пор, пока цена ($= MR = AR$) превышает предельные затраты. Когда предельные затраты сравняются с ценой, прибыль фирмы будет максимальной. На рис. 116а изображено состояние конкурентного равновесия в коротком периоде для фирмы и для отрасли.

Графики индивидуального предложения (MC) фирм суммируются горизонтально для получения кривой рыночного предложения (SS). При данном отраслевом спросе (DD) равновесные цена и объём выпуска в коротком периоде равны соответственно P_e и Q_e . При данной цене конкурирующая фирма достигнет объёма выпуска на уровне Q_f ($P = MC$) и в этом случае получит *сверхприбыль* ($P_{хуз}$).

Так же может быть определено состояние равновесия в длительном периоде. Исходя из предпосылки о максимизации при-

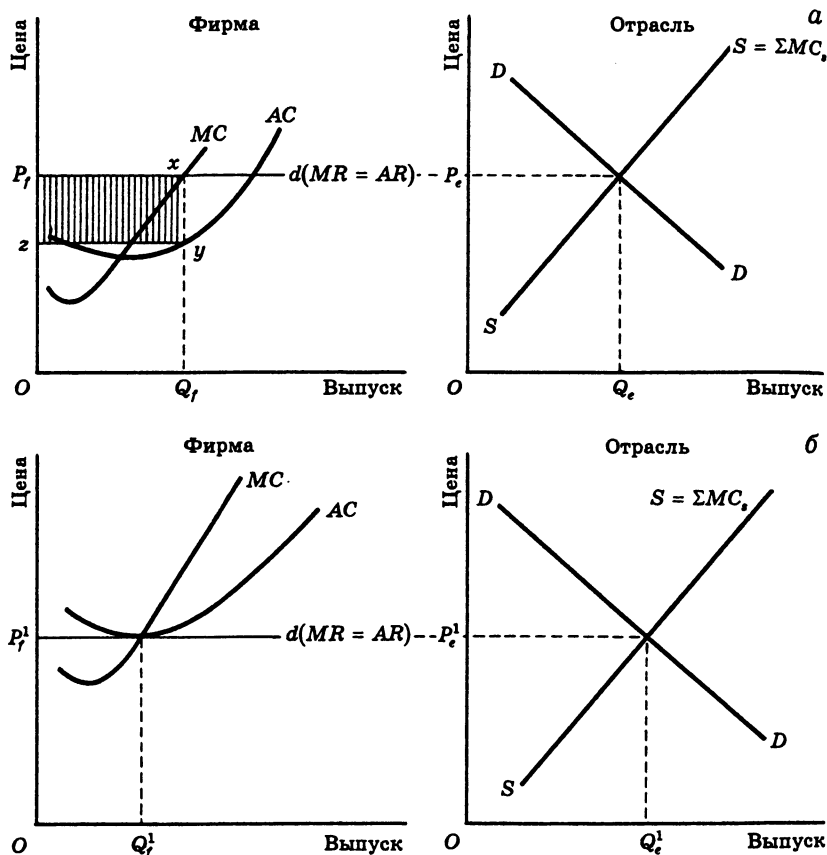


Рис. 116. Совершенная конкуренция. а. Равновесие в коротком периоде. б. Равновесие в длительном периоде.

были, совершенной информации и свободных входа на рынок и выхода с рынка, можно сделать вывод, что если доходы от использования производственных ресурсов отрасли не равны доходам, которые могут быть получены из этих же ресурсов в других отраслях экономики, то часть ресурсов поступает в данную отрасль или покидает её. Вообще говоря, выпуск будет приспосабливаться к спросу до тех пор, пока в результате изменений выпуска и цены средние затраты на производство данного объёма выпуска не станут равными цене продажи.

Если, как в вышеприведенном примере, уже существующие продавцы достигают состояния получения сверхприбыли, в

отрасль привлекаются новые ресурсы, что увеличивает общее рыночное предложение и снижает рыночную цену. Этот процесс будет продолжаться до тех пор, пока избыточная прибыль не станет равной нулю. На рис. 116б изображено состояние конкурентного равновесия в длительном периоде для типичной фирмы и для отрасли. При неизменном отраслевом спросе (DD) равновесные цена и объём выпуска в длительном периоде для отрасли равны соответственно P_e^1 и Q_e^1 . При данной равновесной цене фирма достигнет максимизирующего прибыль объёма выпуска в точке Q_f , где $P = MC$ в точке минимальных средних затрат длительного периода.

Статическая теория рынка предполагает, что совершенная конкуренция приводит к более эффективной **ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА**, чем другие структуры рынка (особенно по сравнению с монополией). Конкретно рыночный выпуск оптимизируется на уровне, соответствующем минимальным затратам на производство. Потребителям предлагаются цены, в точности равные минимизированным производственным затратам, причём производители получают **НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ**. Вывод об оптимальности совершенной конкуренции, однако, основывается на предположениях, из которых отдельные довольно спорны, в частности такое, согласно которому структура затрат маленькой совершенно конкурентной фирмы *идентична* структуре затрат олигополистических и монополистических производителей (см. олигополия, экономия от масштаба). Кроме того, в рамках этой теории игнорируются такие важные динамические факторы, как **ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ**.

См. **МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ**.

СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ (board of directors) — группа лиц, ответственных перед **АКЦИОНЕРАМИ** за управление **АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ**. Советы директоров часто состоят из работающих полный рабочий день наёмных управляющих компании (исполнительные директора) и работающих неполный день директоров, не занимающих в компании управленческих постов. Совет директоров периодически собирается на заседания, проводимые председателем совета, для принятия решений по важным вопросам политики компании и для назначения крупных управляющих. Директора переизбираются ежегодно на **ГОДОВЫХ ОБЩИХ СОБРАНИЯХ** компании.

См. **ДВУХУРОВНЕВЫЙ СОВЕТ**.

СОВЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ВЗАИМОПОМОЩИ (СЭВ) (council for mutual economic assistance (COMECON)) — организация, которая до недавнего времени координировала централизован-

ное планирование Советского Союза и ряда социалистических восточноевропейских стран и стремилась увеличить торговый оборот между ними.

СОВМЕСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ (joint venture) — фирма, которой совместно владеют две или более независимые фирмы, продолжающие функционировать отдельно друг от друга в остальных областях, но объединившие свои ресурсы в данной конкретной сфере деятельности. Фирмы создают совместные предприятия (СП) по ряду причин. Комбинирование ресурсов двух фирм облегчает достижение более крупного масштаба операций, давая возможность СП получать экономию от масштаба и увеличивать свою долю на рынке. СП — один из самых эффективных способов использования взаимодополняющих ресурсов и навыков, когда одна фирма, например, предоставляет новую технологию и продукты, а другая — опыт маркетинга и каналы сбыта. На международном рынке СП и их местные партнёры используются ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫМИ КОМПАНИЯМИ как средство проникновения на незнакомые зарубежные рынки.

СП, как правило, являются менее дорогостоящим способом расширения деловых интересов фирмы, чем СЛИЯНИЯ и ПОГЛОЩЕНИЯ (см. ВНЕШНИЙ РОСТ). Главная проблема, с которой сталкиваются СП, — необходимость поддержания согласия между партнёрами (особенно если соотношение их долей в СП 50 : 50) в вопросах управления и развития бизнеса.

СОВМЕЩЁННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (joint supply) — ситуация, при которой спад или рост ПРОИЗВОДСТВА одного товара в той или иной степени связаны с производством другого. Пример совмещенного предложения — шерсть и баранина. Повышение СПРОСА на шерсть увеличивает ПРЕДЛОЖЕНИЕ (численность поголовья) овец, что, в свою очередь, вызывает сдвиг (увеличение) КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ баранины. В результате, если спрос на баранину неизменен, ЦЕНА её понизится. Ср. ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМЫЕ БЛАГА.

СОВОКУПНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (aggregate supply) — общий объём отечественных товаров и услуг, производимых предпринимательским сектором и государством, включая как потребительские товары, так и капитальные блага. Совокупное предложение во взаимодействии с СОВОКУПНЫМ СПРОСОМ определяет РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА (см. ГРАФИК СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ).

В коротком периоде совокупное предложение изменяется вместе со спросом на товары и услуги, хотя обе эти величины не обязательно совпадают. Например, в коротком периоде пред-

ложение со стороны предпринимательского сектора может быть больше, чем спрос, причём эта разность увеличивает ЗАПАСЫ непроданных товаров (незапланированные ИНВЕСТИЦИИ В ЗАПАСЫ). С другой стороны, предпринимательский сектор в коротком периоде может предложить меньше продуктов, чем уровень спроса; в этом случае разница покрывается за счёт сокращения запасов. Однако расхождения между совокупным спросом и совокупным предложением не могут быть очень большими и сохраняться длительное время, и предприниматели обычно, исходя из своих ожиданий относительно расходов, предлагают только тот объём выпуска, который может быть полностью продан.

В длительном периоде совокупное предложение может возрасти в результате увеличения численности РАБОЧЕЙ СИЛЫ, расширения ЗАПАСА КАПИТАЛА и роста ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА.

См. ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ.

СОВОКУПНЫЙ СПРОС, или **СОВОКУПНЫЕ РАСХОДЫ** (aggregate demand or aggregate expenditure) — общая сумма расходов (в номинальном выражении) на приобретение отечественных товаров и услуг. В модели КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА совокупный спрос состоит из РАСХОДОВ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ (С) (см. ПОТРЕБЛЕНИЕ), ИНВЕСТИЦИОННЫХ РАСХОДОВ (I), ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ (G) и ЧИСТОГО ЭКСПОРТА (экспорт минус импорт) (E):

$$\text{совокупный спрос} = C + I + G + E.$$

Одни компоненты совокупного спроса относительно стабильны и изменяются во времени довольно медленно (например, расходы на потребление); другие гораздо более непостоянны и быстро изменяются, вызывая колебания в уровне экономической активности (например, инвестиционные расходы).

Совокупный спрос во взаимодействии с СОВОКУПНЫМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ определяет РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА. Государство стремится регулировать уровень совокупного спроса с тем, чтобы поддерживать полную занятость, избегать ИНФЛЯЦИИ, стимулировать ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ и обеспечивать РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, используя при этом ФИСКАЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНУЮ ПОЛИТИКУ.

См. ГРАФИК СОВОКУПНОГО СПРОСА, ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ, СТАБИЛИЗАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ.

СОГЛАСОВАННЫЕ ДЕЙСТВИЯ (concentration practice) — ситуация, при которой конкурирующие фирмы, официально не заключая соглашения о создании КАРТЕЛЯ, тем не менее неофициально координируют своё поведение в отношении цен, выпуска продукции и т. д., тем самым устраняя конкуренцию между собой.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО ОБЩЕСТВА, СГОВОР.

СОГЛАШЕНИЕ ОБ ОБМЕНЕ ИНФОРМАЦИЕЙ (information agreement) — договорённость, согласно которой фирмы берут на себя обязательство предоставлять центральному агентству, обычно их ТОРГОВОМУ ОБЪЕДИНЕНИЮ, данные о ценах, скидках, условиях продажи и т. д. Эти данные собираются и затем предоставляются каждой фирме, подписавшей соглашение. Обмен информацией может происходить в форме пост- или предуведомления. В первом случае информация становится доступной для других фирм только после, например, изменения цен, в то время как в случае предуведомления фирмы предупреждаются о готовящемся изменении цен и т. п. перед осуществлением определённых действий. Вполне очевидно, что такой информационный обмен, особенно в форме предуведомления, обеспечивает благоприятную почву для СГОВОРА между конкурентами.

В Великобритании соглашения об обмене информацией относительно цен и условий продажи товаров должны быть зарегистрированы в УПРАВЛЕНИИ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ и могут быть отосланы для экспертизы в СУД ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

СОГЛАШЕНИЕ О РЕЗЕРВНЫХ КРЕДИТАХ (stand-by arrangement) — соглашение, которое заключается между МЕЖДУНАРОДНЫМ ВАЛЮТНЫМ ФОНДОМ и страной—членом этой организации, согласно которому данная страна имеет право взять займы у Фонда ограниченное соглашением количество иностранной валюты для финансирования возможного дефицита своего ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА.

СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ (restrictive trade agreement) — форма СГОВОРА между производителями, нацеленная на устранение конкуренции целиком или частично. По большей части подобные соглашения сосредоточиваются на установлении общих цен и скидок, но также могут устанавливать производственные квоты, доли рынка и координируемые изменения мощности. Главное возражение против ограничитель-

ных соглашений заключается в том, что они приводят к повышению цен сверх конкурентного уровня и к защите неэффективных производителей от суровой конкуренции. КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА в большинстве стран ведёт жесткую линию по отношению к соглашениям, либо их запрещая, либо позволяя им существовать только в исключительных обстоятельствах.

См. также УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ, СУД ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ.

СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ЭКСПОРТА (export restraint agreement) — добровольное соглашение между экспортирующей страной и импортирующей страной, в соответствии с которым ограничивается объём торговли определёнными продуктами. Более конкретно: на ЭКСПОРТ и ИМПОРТ между двумя странами устанавливается лимит количества тех или иных изделий или их доли в объёме продаж внутри импортирующей страны. Таким образом, соглашение по ограничению экспорта является протекционистской мерой (см. ПРОТЕКЦИОНИЗМ), направленной на защиту отечественных производителей в импортирующей стране от иностранной конкуренции и на улучшение платёжного баланса страны.

См. МНОГОСТОРОННЕЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТЕКСТИЛУ.

СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, или **СОЗДАНИЕ КРЕДИТА**, или **ДЕНЕЖНЫЙ МУЛЬТИПЛИКАТОР** (bank deposit creation or credit creation or money multiplier) — способность системы КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ создавать новые банковские депозиты и тем самым увеличивать ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ. Коммерческие банки принимают у населения денежные вклады (НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ). Часть этих денег удерживается банками, чтобы иметь возможность в любой момент возратить клиентам снимаемые ими со счёта средства (НОРМА (коэффициент) РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ). Оставшиеся деньги используются для выдачи кредитов или для инвестиций. Когда банк выдает кредит, он создаёт тем самым дополнительные депозиты в пользу своих заёмщиков. Сумма новых депозитов, которые может создать вся банковская система, зависит от величины нормы резервных активов. В примере, изображенном на рис. 117, предполагается, что норма резервных активов составляет 50%. Банк 1 получает исходные депозиты на сумму 100 млн ф. ст. от населения. 50 млн ф. ст. он оставляет с целью поддержания ликвидности, а остальные 50 млн ф. ст. выдает в виде кредитов. Когда эти 50 млн ф. ст. расходуются, их кладут на депозит в Банк 2. Банк 2 удерживает 25 млн ф. ст. и т. д. Таким обра-

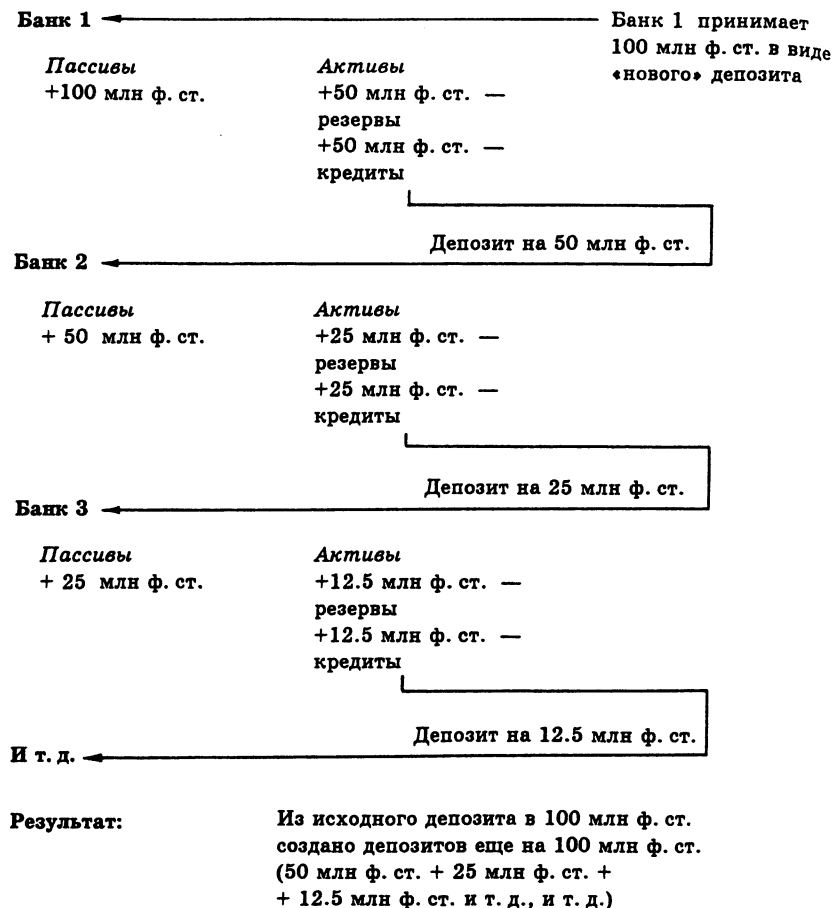


Рис. 117. Создание банковских депозитов. Создание депозитов в банковской системе со многими банками при норме обязательных резервов, равной 50 %.

зом, из исходных депозитов на сумму 100 млн ф. ст. банковская система смогла «создать» дополнительно 100 млн ф. ст. новых депозитов.

Поскольку банковские депозиты образуют значительную часть ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, способность банковской системы «создавать» кредит делает её главным объектом применения КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ как средства регулирования уровня расходов в экономике.

СОЗДАНИЕ КРЕДИТА — см. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ.

СОЗДАТЕЛЬ РЫНКА (market maker) — фирма, действующая на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ, которая занимается покупкой и продажей ЦЕННЫХ БУМАГ, например АКЦИЙ, ОБЛИГАЦИЙ, и, таким образом, выполняет функции по формированию рынка данных ценных бумаг. Фирмы — создатели рынка в Великобритании сочетают в своей деятельности (после реформ фондового рынка 1986 г.) роли джоббера (действующего как *глава* в покупке и продаже ценных бумаг) и брокера (действующего как *агент* в интересах клиентов, желающих покупать или продавать ценные бумаги), хотя функции брокеров выполняются также фирмами, специализирующимися только на этом виде деятельности.

Фирма — создатель рынка обычно специализируется на небольшой группе ценных бумаг, например на акциях компаний какой-либо отдельной отрасли. Фирма получает прибыль от разницы между покупательской ценой и предлагаемой ценой, по которой она продаёт эту ценную бумагу. Фирма назначает более низкие или более высокие цены покупки и продажи в соответствии с уменьшением или увеличением её запаса данных ценных бумаг. Например, при большом спросе на данные акции по мере продажи своего запаса этих акций фирма назначает всё более высокую цену в соответствии с их растущей ценностью.

См. ЦЕНА ПОКУПАТЕЛЯ, ПРОДАЖА/ПОКУПКА АКЦИЙ, ДВОЙСТВЕННАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ МОЩНОСТЬ, КИТАЙСКАЯ СТЕНА.

СОКРАЩЕНИЕ (redundancy) — потеря работы служащими, вызванная РАЦИОНАЛИЗАЦИЕЙ и реорганизацией компании, которая происходит в случае падения спроса на продукцию компании или повышения ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ.

См. БЕЗРАБОТИЦА.

СОПОСТАВИМОСТЬ (comparability) — подход к определению ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, состоящий в том, что в ходе ПЕРЕГОВОРОВ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ уровень или темп прироста заработной платы какой-либо конкретной группы рабочих или отрасли связывается с уровнем или темпом прироста заработной платы лиц других профессий или отраслей.

Сопоставимость может привести к ЗАТРАТНОЙ ИНФЛЯЦИИ.

СОСТАВНАЯ МОНОПОЛИЯ (complex monopoly) — это, как определяется в ПОЛИТИКЕ в ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ (Великобритания), ситуация, при которой два (или более) поставщика некоего продукта идут на ослабление конкуренции между собой. Составная монополия по существу аналогична ОЛИГОПОЛИИ, при которой фирмы хотя и проводят самостоятельную

(т. е. не основанную на сговоре) политику, тем не менее действуют единообразно и достигают результата, не являющегося конкурентным (т. е. близкого к последствиям СГОВОРА). Проблема заключается в том, что зачастую трудно выявить, когда конкуренция имеет место, а когда нет. Например, если фирмы устанавливают одинаковые цены на свою продукцию, указывает ли это на конкуренцию между ними (т. е. цены выравниваются *благодаря* конкуренции) или на её сознательное подавление?

СОЦИАЛИЗМ (socialism) — политическая доктрина, которая подчёркивает важность коллективной собственности на средства производства, предписывая государству главенствующую роль в экономике с господством общественной собственности (см. НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ) в ключевых отраслях, хотя полностью не исключает возможность действия рыночных сил. МАРКС рассматривал социализм как промежуточную стадию при переходе от ЭКОНОМИКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА к КОММУНИЗМУ. В реальности революционная коммунистическая форма социализма, предполагающая полное уничтожение частной собственности, ограничена только несколькими странами. В остальном мире основной формой экономической системы является СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА, в которой сочетаются элементы демократического социализма и традиции частного предпринимательства.

См. ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГРУППА (socio-economic group) — потенциальные ПОКУПАТЕЛИ потребительских благ, сгруппированные по определённым общим личным и экономическим характеристикам. К таким характеристикам относятся, например, характер выполняемой работы (специалисты, рабочие), уровень дохода (высокий или низкий), возраст (старый или молодой) и т. д. Очевидно, что подобные группы отличаются друг от друга по уровню и структуре своих расходов и поэтому их можно использовать в качестве основы для установления СЕГМЕНТОВ РЫНКА. Производители могут «работать» на эти сегменты, предлагая «любимые» («customized») продукты, удовлетворяющие конкретным запросам потребителей из этих сегментов.

СПАД (РЕЦЕССИЯ) (recession) — одна из фаз ДЕЛОВОГО ЦИКЛА, характеризующаяся умеренным понижением уровня деловой активности (ФАКТИЧЕСКОГО ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА). Реальный выпуск и инвестиции падают, что приводит к росту БЕЗРАБОТИЦЫ. Спад обычно вызывается падением СОВОКУПНО-

ГО СПРОСА и при использовании правительством расширительной НАЛОГОВОЙ и ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ может быть остановлен.

См. ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

СПЕКУЛЯНТ (speculator) — дилер на рынках, характеризующихся быстрыми изменениями цен (например, ТОВАРНЫХ РЫНКАХ, ФОНДОВОЙ БИРЖЕ, ФЬЮЧЕРСНОМ РЫНКЕ или ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ), который покупает и/или продает товары или ценные бумаги не в целях собственно торговли, а в надежде получить быстрый выигрыш за счёт изменения цен этих товаров или ценных бумаг. Например, на фондовой бирже спекулянт может «играть на повышение» (придерживаться стратегии «БЫКА»), рассчитывая, что цена акции, которой он спекулирует, возрастет. В этом случае он может получить выигрыш, покупая эти акции на условиях краткосрочного кредита и перепродавая их по более высокой цене через одну-две недели, доход от перепродажи он может использовать для расчёта с исходным продавцом. Спекулянт может также «играть на понижение» (придерживаться стратегии «МЕДВЕДЯ»), рассчитывая, что цена акции, которой он спекулирует, упадёт. В этом случае он может получить выигрыш, продавая эти акции (даже если они ему не принадлежат), используя доход от продажи для покупки по снизившейся цене этих же акций, которые он обещал поставить через одну-две недели.

Действия спекулянтов на рынке могут быть как стабилизирующими, так и дестабилизирующими, в зависимости от того, будет ли наблюдаться у спекулянтов единство мнений относительно будущих изменений цен. Например, если одни спекулянты на фондовой бирже ожидают роста цен некоторых акций, а другие спекулянты ожидают падения цен этих же акций, то первые будут стремиться скупить данные акции, поднимая спрос на них, а вторые будут стремиться продать эти акции, увеличивая их предложение. Усилия тех и других будут взаимно компенсироваться, в результате общее изменение цен акций окажется незначительным. Однако если большинство спекулянтов рассчитывает на рост цен акций в будущем, то все они будут стремиться скупить эти акции, тем самым искусственно поднимая спрос на них и соответственно цены. Если же большинство спекулянтов ожидает падения цен акций в будущем, то все они будут стремиться продать эти акции, искусственно увеличивая их предложение и соответственно снижая цены.

Действия спекулянтов ослабляют или усиливают колебания цен на акции в зависимости от того, совпадают ли их коллективные ожидания относительно будущих цен с «внутренни-

ми» изменениями этих цен (т. е. изменениями, порождёнными ростом или снижением прибылей фирм-эмитентов, темпов роста их активов и т. д. — *Ред.*) или же противоположны последним. Например, если цена акций растёт и большинство спекулянтов полагает, что этот рост продолжится в будущем, то они будут стремиться к покупке акций в надежде на их перепродажу по более высокой цене. Такие коллективные действия спекулянтов ускорят повышение цены акций. С другой стороны, если цена акций возрастает, а большинство спекулянтов полагает, что она начнет падать в ближайшем будущем, то они будут стараться продать акции в надежде затем выкупить их обратно по более низкой цене. В этом случае коллективные действия спекулянтов замедлят повышение цены акций.

Спекулянты действуют как на НАЛИЧНЫХ РЫНКАХ, так и на ФЬЮЧЕРСНЫХ РЫНКАХ и широко используют сделки с ОПЦИОНАМИ. Например, спекулянт может купить опцион на акции, дающий ему право покупки определённого числа акций данной компании по заранее установленной цене в будущем в течение определённого периода времени, если он считает, что цена акций в будущем превысит установленную цену плюс стоимость самого опциона. Спекулянт может получить выигрыш, реализовав опцион и немедленно перепродав акции по более высокой рыночной цене.

См. также АРБИТРАЖ, «ГОРЯЧИЕ ДЕНЬГИ», СПЕКУЛЯНТ НА ЭМИССИИ (ЦЕННЫХ БУМАГ).

СПЕКУЛЯНТ НА ЭМИССИИ (ЦЕННЫХ БУМАГ) (*stag*) — СПЕКУЛЯНТ по новым ВЫПУСКАМ АКЦИЙ, эмитируемых по фиксированной цене, который подписывается на крупные пакеты этих акций в расчёте на СВЕРХПОДПISКУ и быстрый рост цены акций в начале операций с ними. Если его расчёты оправдаются, он может продать эти акции с быстрой прибылью.

СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ (*speculative demand for money*) — спрос на денежный запас (см. ДЕНЬГИ), хранимый в высоколиквидной форме с целью получения выгоды от сделок с дешёвыми ОБЛИГАЦИЯМИ или реальными АКТИВАМИ. Спекулятивные запасы денег связаны с концепцией «нормальной» ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ. Каждый владелец спекулятивных запасов имеет своё собственное мнение по поводу величины этой «нормальной» ставки. Высокая текущая процентная ставка благоприятствует хранению облигаций, но делает невыгодным хранение денег вследствие: (а) высоких АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ЗАТРАТ хранения наличности при такой ставке процента; (б) незначительных рисков, связанных с потерями капитала, так как маловероятно,

что процентная ставка будет возрастать и дальше и тем самым уменьшать цену облигаций (поскольку существует обратная зависимость между ценой облигаций и ЭФФЕКТИВНОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ).

Спекуляция возникает в связи с будущими изменениями цен облигаций в моменты их покупки и продажи. Если процентная ставка низка и цены облигаций высоки, то: (в) люди изъявляют желание хранить спекулятивные денежные запасы, поскольку альтернативные затраты такого хранения при низкой ставке процента малы; (г) возникает всеобщее ожидание роста процентной ставки и, следовательно, падения цен облигаций, отсюда — стремление к обладанию наличностью. Результатом действия этих факторов является обратная зависимость между процентными ставками и спросом на спекулятивные запасы.

Спекулятивный спрос на деньги вместе с ТРАНСАКЦИОННЫМ СПРОСОМ НА ДЕНЬГИ (деньги, необходимые для ежедневного финансирования текущих расходов на товары и услуги) и СПРОСОМ НА ДЕНЬГИ ИЗ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ (деньги, необходимые для финансирования различных случайных расходов) формирует ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ.

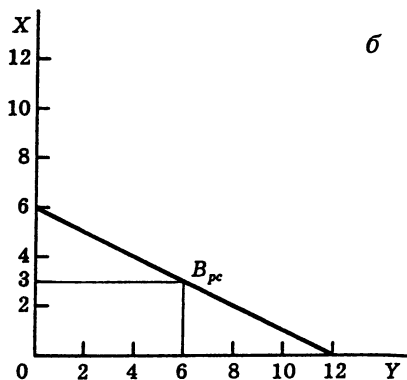
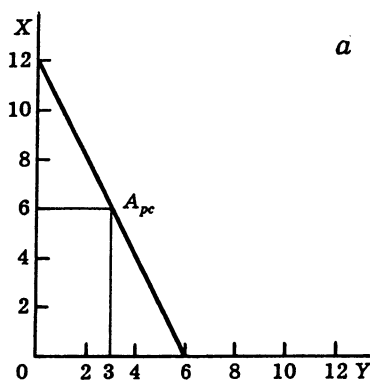
См. ПРЕДПОЧТЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ, ГРАФИК «ЛИКВИДНОСТЬ — ДЕНЬГИ» (LM).

СПЕКУЛЯЦИЯ (speculation) — покупка или продажа реальных или финансовых АКТИВОВ с целью получения КАПИТАЛЬНОГО ВЫИГРЫША.

См. АРБИТРАЖ, СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ, СПЕКУЛЯНТ.

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ (specialization) — форма разделения труда, при которой каждый индивид или фирма концентрирует свои производственные усилия на одном или ограниченном числе видов деятельности. Если индивид специализируется на одной работе, то он, вероятно, добьётся гораздо большей эффективности, чем при попытке быть мастером на все руки. Специалист может сконцентрироваться на работе, которую он лучше всего выполняет: знание предмета деятельности и повторение одних и тех же рабочих операций повышают профессиональную квалификацию. Кроме того, не теряется время при переходе от одной работы к другой. По этим причинам производительность работника благодаря специализации становится выше.

На макроуровне специализация позволяет экономической системе использовать ограниченные ресурсы более эффективно и вследствие этого производить и потреблять большее количество товаров и услуг, чем при отсутствии специализации.



		Производство				Потребление	
		До	После			До	После
		X	Y			X	Y
A		6	3	12	—	6	3
B		3	6	—	12	3	6
Всего		9	9	12	12	9	9
						8(+2)	4(+1)
						4(+1)	8(+2)
						12(+3)	12(+3)

Рис. 118. Специализация. *a*. Граница производственных возможностей А до специализации. *б*. Граница производственных возможностей В до специализации. *в*. Совмещенные границы производственных возможностей А и В после специализации. *г*. Лимиты производства и потребления А и В до и после специализации.

Этот фундаментальный принцип можно проиллюстрировать, ради простоты полагая, что в экономике действуют всего два человека, A и B , которые производят и потребляют только два блага, X и Y . Допустим, что A имеет ГРАНИЦУ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, представленную на рис. 118 отрезком между точками $(12, 0)$ и $(0, 6)$. Таким образом, для A производство X вдвое эффективнее, чем производство Y (коэффициент АЛТЕРНАТИВНЫХ ЗАТРАТ $\Delta Y/\Delta X$ равен $1/2$). Допустим, что он желает потреблять блага в одинаковых количествах. В таком случае он выберет точку $A_{pc} = (4, 4)$ на границе производственных возможностей.

Для B , наоборот, границей производственных возможностей служит отрезок от $(6, 0)$ до $(0, 12)$. Продукт Y он производит вдвое эффективнее, чем продукт X (коэффициент альтернативных затрат равен 2). Допустим, что он также желает потреблять блага в одинаковых количествах и выбирает точку $B_{pc} = (4, 4)$ на своей границе производственных возможностей.

Теперь предположим, что между A и B возможен обмен и каждый из них может специализироваться на производстве того блага, которое он производит более эффективно. На рис. 118в представлена граница производственных возможностей новой производственной системы. Теперь A может произвести 12 единиц блага X , а B — 12 единиц блага Y , и каждый из них может потреблять по 6 единиц каждого из благ (ранее недоступные точки A_c на рис. 118а и B_c на рис. 118б).

Таким образом, специализация приводит: (а) к *выигрышу в производстве*, так как теперь производится 12 единиц каждого блага, а не 8, как было до специализации, и (б) к *выигрышу в потреблении*, так как в результате специализации и обмена A и B могут потреблять теперь большее количество обоих благ. Так, A потребляет 6 единиц блага X , которые он сам произвёл, и обменивает оставшиеся 6 единиц X на 6 единиц блага Y . Подобно этому, B потребляет 6 единиц блага Y , которые он произвёл, а остальные 6 единиц блага Y обменивает на равное количество блага X .

См. также ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, СРАВНИТЕЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО, ВЫГОДЫ ОТ ТОРГОВЛИ.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ МАГАЗИН (specialist shop) — РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВАЯ ТОЧКА, специализирующаяся на узком круге взаимосвязанных благ, например электротоваров и электроарматуры, конфет и выпечных кондитерских изделий. К специализированным магазинам относятся также магазины спортивной одежды, булочные, мясные магазины и т. д. Специа-

лизированные магазины могут быть единственными у владельца или входить в состав СЕТИ МАГАЗИНОВ.

См. также РОЗНИЧНЫЙ ТОРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВА ЗАИМСТВОВАНИЯ (special drawing right (SDR)) — денежный актив, которым владеют страны—члены МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА (МВФ) как частью своих МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ. В отличие от других резервных активов, типа ЗОЛОТА, специальные права заимствования не имеют физического воплощения. Они создаются МВФ и принимают форму учетной записи на специальном счёте, управляемом Фондом. Стоимостное выражение специальных прав заимствования определяется взвешиванием по корзине из пяти валют: доллара США, немецкой марки, британского фунта стерлингов, французского франка и японской иены.

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ДЕПОЗИТ (special deposit) — инструмент КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ, предусматривающий размещение определённой части ликвидных активов банковского сектора в ЦЕНТРАЛЬНОМ БАНКЕ в целях контроля над ДЕНЕЖНОЙ МАССОЙ. Специальные депозиты не учитываются при подсчёте нормы ликвидности или НОРМЫ РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ. Таким образом, если руководящие денежно-кредитные учреждения намереваются сократить предложение денег, они могут потребовать специальных депозитов. Это снизит базу ликвидности банковского сектора. В результате банки должны будут сократить объёмы кредитования, что приведёт к многократному уменьшению банковских депозитов и, следовательно, снизит предложение денег.

В Великобритании Банк Англии в ряде случаев прибегал к требованию специальных депозитов и так называемых «дополнительных (supplementary) специальных депозитов» (известных как *корсет*) для противодействия внезапным уменьшениям ликвидности в банковском секторе.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ.

СПИРАЛЬ «ЗАРПЛАТА—ЦЕНЫ» — см. ИНФЛЯЦИОННАЯ СПИРАЛЬ.

СПРОС, или **ЭФФЕКТИВНЫЙ СПРОС** (demand or effective demand) — ПОТРЕБНОСТЬ, нужда или желание иметь какое-то благо, подкреплённое суммой денег, необходимой для его покупки. В экономическом анализе спрос всегда основывается на готовности и способности платить, а не просто на потребности или нужде в благе. Общий спрос ПОТРЕБИТЕЛЕЙ на благо отражается в КРИВОЙ СПРОСА. Ср. ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

СПРОС НА ДЕНЬГИ ИЗ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ (precautionary demand for money) — спрос на денежные остатки (см. ДЕНЬГИ), которые могут потребоваться при непредвиденных обстоятель-

ствах, например при потере заработка из-за болезни. Количество денег, сохраняемое для таких целей, зависит от уровня дохода и расходов. Спрос на деньги из предосторожности в совокупности с ТРАНСАКЦИОННЫМ СПРОСОМ НА ДЕНЬГИ (т. е. деньги, которые расходуются на текущее потребление товаров и услуг) и СПЕКУЛЯТИВНЫМ СПРОСОМ НА ДЕНЬГИ (т. е. деньги, хранящиеся для покупки ОБЛИГАЦИЙ в ожидании их подешевления), формируют ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ.

См. ПРЕДПОЧТЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ, ГРАФИК «ЛИКВИДНОСТЬ — ДЕНЬГИ» (LM).

СРАВНИТЕЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО (comparative advantage) — преимущество, которым обладает участвующая в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ страна, если она может произвести данный товар с меньшими относительными затратами, чем другие страны. Другое название — *принцип сравнительных затрат*. Эта концепция иллюстрируется ниже для случая двух стран (А и Б) и двух товаров (Х и Y).

Одинаковый объем ресурсов в обеих странах позволяет им производить либо товар Х, либо товар Y. Из таблицы видно, что страна Б абсолютно более эффективна, чем страна А, так как она может произвести большее количество как товара Х, так и товара Y. Однако именно сравнительные преимущества, а не АБСОЛЮТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА определяют, выгодна торговля или нет.

Сравнительные преимущества возникают потому, что предельные АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ одного товара, выраженные в единицах другого товара, различны в разных странах (см. ТЕОРИЯ СООТНОШЕНИЯ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА ХЕКШЕРА — ОЛИНА).

В таблице показаны физический выпуск товаров Х и Y при данных затратах факторов производства и альтернативные затраты производства Х, выраженные в единицах Y. Альтернативные затраты производства дополнительной единицы Х в стране А равны 1Y, а в стране Б равны $\frac{2}{3}Y$. Альтернативные затраты производства дополнительной единицы Y в стране А равны 1X, а в стране Б равны $1\frac{1}{2}X$.

Страна	Выпуск товара		Соотношение альтернатив- ных издержек
	Х	Y	
А	100	100	1 : 1
Б	180	120	1 : $\frac{2}{3}$ (или $1\frac{1}{2} : 1$)

Страна *Б* имеет сравнительное преимущество в производстве товара *X*, так как она в состоянии произвести его с меньшими затратами факторов производства, чем страна *А*, ведь альтернативные издержки производства дополнительной единицы товара *X* составляют лишь $\frac{2}{3}Y$ в стране *Б*, тогда как в стране *А* они равны $1Y$.

Зато страна *А* имеет сравнительное преимущество в производстве товара *Y*, так как она способна производить его с меньшими относительными затратами факторов производства, чем страна *Б*: альтернативные затраты производства дополнительной единицы товара *Y* равны всего лишь $1X$, тогда как в стране *Б* они составляют $1\frac{1}{2}X$.

Поэтому обе страны повышают своё экономическое благосостояние в том случае, если они специализируются (см. СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ) на выпуске того товара, в производстве которого они имеют сравнительное преимущество (см. ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ как иллюстрацию этого важного положения). Величина выгод от торговли для каждой из стран будет зависеть от реальных условий торговли, при которых они согласны обмениваться товарами *X* и *Y*.

Основная посылка данной концепции заключается в том, что объём факторов производства, а отсюда и сравнительные преимущества, «фиксированы». Однако в динамике сравнительные преимущества могут значительно изменяться. К этим изменениям могут привести многие обстоятельства, в частности:

(а) реализация правительством страны структурных программ, приводящих к перераспределению ресурсов. Например, страна, которая, на первый взгляд, обладает сравнительным преимуществом в предложении первичных продуктов (вроде хлопка и пшеницы), может, несмотря на это, отказаться от них или сместить акценты в экономическом развитии, осуществив индустриализацию и получив сравнительное преимущество в производстве промышленных товаров с высокой добавленной стоимостью;

(б) перелив капитала между странами, передача технологий и перемещение производства ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫМИ КОМПАНИЯМИ. Например, Малайзия получила сравнительное преимущество в производстве натурального каучука лишь после того, как британские предприниматели создали там плантации каучуковых деревьев, вложив в них свои средства.

СРЕДНЕСРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ (medium-term financial strategy) — финансовая политика, которая устанавливает планируемый диапазон роста ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ и планируемые объёмы ПОТРЕБНОСТЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ, выра-

женные в процентах от ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА. В Великобритании среднесрочная финансовая стратегия впервые была введена в 1980 г. и рассчитывалась на пятилетний период, но затем была пересмотрена и распределена по годовым интервалам в соответствии с задачами текущего планирования в экономике. Цель среднесрочной финансовой стратегии заключалась в том, чтобы заложить прочный фундамент для осуществления государственной КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ, облегчить контроль над государственными расходами и повлиять на ожидания населения относительно будущих темпов ИНФЛЯЦИИ.

См. также МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, СВЯЗЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ И РАСХОДОВ, МОНЕТАРИЗМ.

СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ (average cost (long run)) — единичные затраты (ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ, делённые на объём выпуска) производства продукции на предприятиях различного размера. Положение кривой средних общих затрат КОРОТКОГО ПЕРИОДА (*АТС*) зависит от существующего размера предприятия. В длительном периоде фирма может изменять размер. Каждому значению размера предприятия соответствует своя *U*-образная краткосрочная кривая *АТС*. По мере увеличения масштабов деятельности фирмы происходит переход от одной кривой на другую. Путь, вдоль которого происходит рост фирмы (*АТС* длительного периода), является, таким образом, огибающей кривой всех возможных краткосрочных кривых (см. рис. 119).

Обычно предполагается, что долгосрочная кривая *АТС* полуга и имеет *U*-образную форму, причём минимуму средних затрат соответствует уровень выпуска *ОХ*. Сначала средние затраты снижаются вследствие ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, однако в конце концов, когда последняя сменяется ПОТЕРЯМИ ОТ МАСШТАБА, средние затраты начинают расти.

Однако эмпирические исследования поведения кривых долгосрочных средних затрат показывают, что при увеличении выпуска фирмы редко сталкиваются с убывающей отдачей от масштаба и поэтому кривые средних затрат для большинства компаний имеют *L*-образную форму (рис. 119б). В тех случаях, когда потери от масштаба имеют место, МИНИМАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ, при котором будет действовать компания, соответствует минимуму кривой долгосрочных средних затрат (рис. 119а). Тогда же, когда в пределах обычного диапазона выпуска убывающая отдача от масштаба отсутствует, минимальный эффективный масштаб соответствует такому уровню выпуска, при котором экономия от масштаба исчерпывается и начинает действовать постоянная отдача от масштаба (рис. 119б).
Ср. СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ.

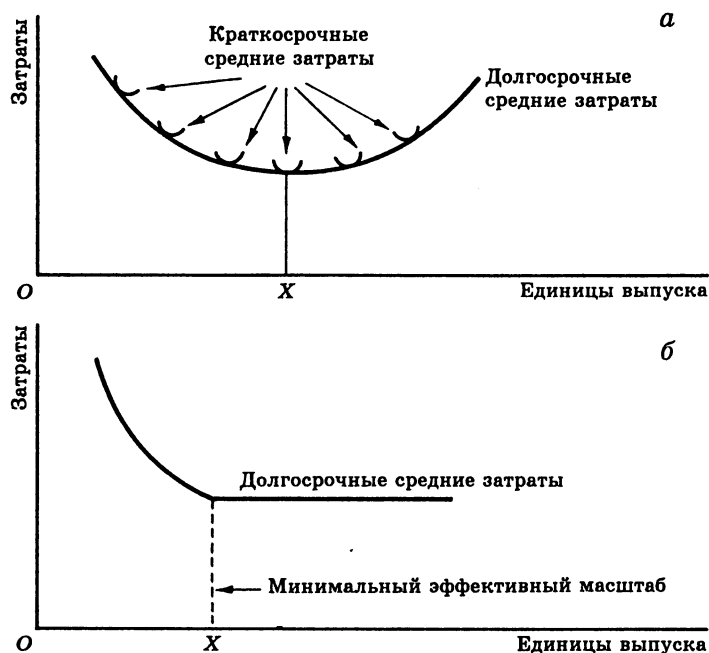


Рис. 119. Средние затраты в длительном периоде. а. Типичная U-образная форма кривой средних затрат в длительном периоде. б. Типичная L-образная кривая — результат расширения производства.

СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ (average cost (short run)) — единичные затраты (ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ, делённые на объём выпуска) производства определённых объёмов продукции на предприятии данного (постоянного) размера.

Средние общие затраты (ATC) можно разделить на средние ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ (AFC) и средние ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ (AVC). AFC непрерывно снижаются по мере роста выпуска, так как данная общая сумма постоянных затрат распределяется на всё большее число единиц. Например, при величине постоянных затрат 1000 ф. ст. в год и годовом выпуске 1000 единиц постоянные затраты на единицу продукции составляют 1 ф. ст., при увеличении же годового выпуска до 2000 единиц постоянные затраты на единицу продукции упали бы до 50 пенсов (см. кривая AFC на рис. 120а).

Если рассматривать весь диапазон потенциального выпуска фирмы, то вначале AVC падают (отражая рост ОТДАЧИ ПЕРЕ-

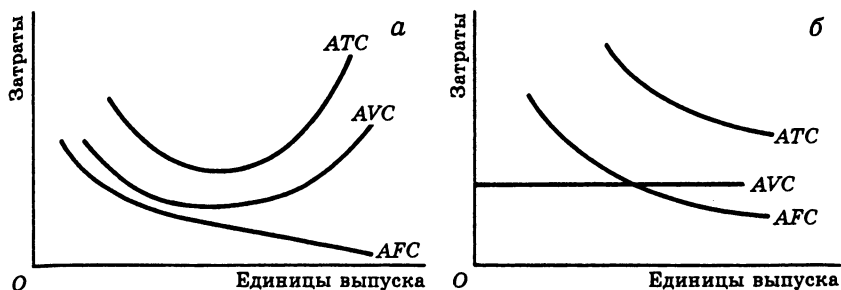


Рис. 120. Средние затраты в коротком периоде. а. Типичные кривые средних общих затрат (ATC), средних переменных затрат (AVC) и средних постоянных затрат (AFC) на всем диапазоне выпуска. б. Типичные кривые ATC и AFC и постоянная линия AVC на ограниченном диапазоне выпуска.

МЕННОВОГО РЕСУРСА), а затем увеличиваются (отражая УБЫВАЮЩУЮ ОТДАЧУ переменных факторов — затраты растут быстрее, чем выпуск), как показано кривой AVC на рис. 120а. Таким образом, обычная кривая ATC в КОРотком ПЕРИОДЕ имеет U-образную форму.

Однако в пределах более ограниченного диапазона выпуска, в котором фирмы обычно и действуют, чаще всего имеет место постоянная отдача переменного фактора, т. е. по мере увеличения затрат переменных факторов и неизменности затрат постоянных выпуск увеличивается на равные величины. В таких условиях AVC остается неизменной на всем диапазоне выпуска (рис. 120б), и в результате ATC убывает параллельно AFC. Ср. СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ.

См. УБЫТОК, МИНИМИЗАЦИЯ УБЫТКОВ.

СРЕДНИЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ (average physical product) — средний выпуск, согласно теории предложения в КОРотком ПЕРИОДЕ производимый каждой дополнительной единицей ЗАТРАТ ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА (вместе с данным объёмом ЗАТРАТ ПОСТОЯННОГО РЕСУРСА). Он рассчитывается как частное от деления общего объёма ВЫПУСКА на число единиц использованного производственного фактора. В теории предложения в коротком периоде средний физический продукт вместе со СРЕДНЕЙ ВЫРУЧКОЙ на единицу выпуска служат для фирмы показателем того, сколько единиц производственного фактора ей необходимо задействовать, чтобы максимизировать прибыль.

См. ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, УБЫВАЮЩАЯ ОТДАЧА, ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА.

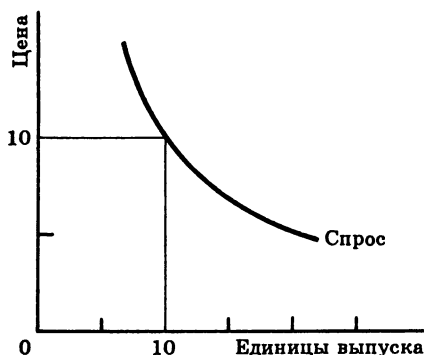


Рис. 121. Средняя выручка. Кривая спроса или кривая среднего дохода.

СРЕДНЯЯ ВЫРУЧКА (average revenue) — частное от деления общей выручки (цена, умноженная на число единиц реализованной продукции) на число единиц продукции. Таким образом, цена и средняя выручка равны; т. е. на рис. 121 цена 10 ф. ст. = средней выручке ($10 \text{ ф. ст.} \cdot 10/10$) = 10 ф. ст. Отсюда следует, что КРИВАЯ СПРОСА является в то же время кривой средней выручки фирмы.

СРЕДНЯЯ ВЫРУЧКА ФАКТОРА (average revenue product) — частное от деления общей выручки, полученной в результате использования данного объема ЗАТРАТ ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА для производства и реализации продукции, на число затраченных единиц этого фактора. Средний факторный доход получается из произведения СРЕДНЕГО ФИЗИЧЕСКОГО ПРОДУКТА фактора на СРЕДНЮЮ ВЫРУЧКУ или ЦЕНУ продукта. Средняя выручка фактора вместе со средними затратами служит для фирмы показателем того, сколько единиц производственного фактора ей необходимо задействовать, чтобы максимизировать прибыль в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ.

См. ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА ФАКТОРА.

СРЕДНЯЯ СКЛОННОСТЬ К ИМПОРТУ (average propensity to import (APM)) — доля от данного уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая расходуется на импорт:

$$APM = \frac{\text{импорт}}{\text{доход}}.$$

Иначе, импорт может быть выражен как доля РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

См. также Склонность к импорту, Предельная склонность к импорту.

СРЕДНЯЯ СКЛОННОСТЬ К ПОТРЕБЛЕНИЮ (average propensity to consume (APC)) — доля от данного уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая расходуется на потребление:

$$APC = \frac{\text{потребление}}{\text{доход}}.$$

Иначе, потребление может быть выражено как доля РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

См. РАСХОДЫ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ, Склонность к потреблению, Предельная склонность к потреблению.

СРЕДНЯЯ СКЛОННОСТЬ К СБЕРЕЖЕНИЮ (average propensity to save (APS)) — доля от данного уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая идет на СБЕРЕЖЕНИЯ:

$$APS = \frac{\text{сбережения}}{\text{доход}}.$$

Иначе, сбережения могут быть выражены как доля РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА.

См. также Склонность к сбережению, Предельная склонность к сбережению.

СРЕДНЯЯ СКЛОННОСТЬ К УПЛАТЕ НАЛОГОВ ((average propensity to tax (APT)) — доля от данного уровня НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которая изымается государством при НАЛОГООБЛОЖЕНИИ:

$$APT = \frac{\text{сумма налогов}}{\text{доход}}.$$

См. также Склонность к уплате налогов, Предельная склонность к уплате налогов, Средняя ставка налога.

СРЕДНЯЯ СТАВКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ (average rate of taxation) — частное от деления общей суммы НАЛОГА, выплачиваемого индивидом, на общий доход, на который начисляется налог. Например, если индивид заработал 10 000 ф. ст. за год и должен выплатить с этого дохода налог в размере 2500 ф. ст., то средняя ставка налога составит 25%.

См. БАЗОВАЯ СТАВКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, Предельная ставка налогообложения, Склонность к уплате налогов, ПРОПОРЦИОНАЛЬНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, РЕГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ПРОГРЕССИВНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

СРЕДНЯЯ ЦЕНА (middle price) — цена ЦЕННОЙ БУМАГИ, ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ или ТОВАРА, находящаяся посередине между

ЦЕНОЙ ПОКУПАТЕЛЯ и ценой продавца, которые назначаются создателями рынка или дилерами.

Цены акций, товаров и валютные курсы, публикуемые в газетах, как правило, являются средними ценами.

См. ЦЕНА ПОКУПАТЕЛЯ.

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (media) — средства коммуникаций (коммерческое телевидение и радио, газеты и журналы, доски объявлений и т. д.), посредством которых продукт фирмы рекламируется для потенциальных покупателей.

См. РЕКЛАМА, РЕКЛАМИРОВАНИЕ.

СРЕДСТВО ОБМЕНА (medium of exchange) — функция ДЕНЕГ, позволяющая людям назначать цены на товары и услуги и обменивать их, используя деньги как всеобщий эквивалент, а не обменивая непосредственно один товар на другой (как при БАРТЕРЕ).

СРЕДСТВО ОТСРОЧЕННОГО ПЛАТЕЖА (standard of deferred payment) — функция ДЕНЕГ, позволяющая людям определять величину будущих поступлений и платежей при заключении контрактов.

СРЕДСТВО СБЕРЕЖЕНИЯ (store of value) — функция ДЕНЕГ, позволяющая людям хранить деньги для финансирования *будущих* покупок благ или активов без потери ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ за определённое время. Вообще говоря, любой АКТИВ, который можно сберегать и обращать в деньги по цене, равной цене его покупки, является потенциальным средством сбережения. Тем не менее в период ИНФЛЯЦИИ покупательная способность денег падает, что подрывает их функцию как средства сбережения и увеличивает сравнительную привлекательность недвижимости, номинальная ценность которой возрастает вместе с инфляцией.

СРОЧНАЯ ССУДА (term loan) — форма БАНКОВСКОЙ ССУДЫ, которая предоставляется на фиксированный срок и по заранее определённой ставке процента.

СРОЧНЫЙ СЧЁТ — см. ДЕПОЗИТНЫЙ СЧЁТ.

ССУДА (loan) — предоставление определённой суммы ДЕНЕГ какому-либо частному лицу или предприятию (ЗАЁМЩИК) другими частными лицами или предприятиями либо (чаще) специальными финансовыми институтами (КРЕДИТОР), извлекающими прибыль в виде ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ по займам.

Предоставление ссуд КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ, ФИНАНСОВЫМИ ПАЛАТАМИ, СТРОИТЕЛЬНЫМИ ОБЩЕСТВАМИ и т. д. является важным источником КРЕДИТА в экономике, помогающим поддер-

живать в достаточном объёме расходы на текущее потребление и приобретение личных и производственных активов.

Ссуды могут быть *обеспеченными* и *необеспеченными*. В первом случае кредитор требует от заёмщика предоставления определённого ЗАЛОГА (например, права на управление собственностью), который может перейти в собственность кредитора в случае невыполнения заёмщиком своих обязательств.

См. БАНКОВСКАЯ ССУДА, КРЕДИТ В РАССРОЧКУ, ЗАКЛАДНАЯ, ЗАЁМНЫЙ КАПИТАЛ, ЗАКЛАДНАЯ ССУДА, ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, ЛЬГОТНЫЙ КРЕДИТ, ОБЛИГАЦИЯ.

СТАБИЛИЗАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА — см. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

СТАБИЛЬНОСТЬ ЦЕН (price stability) — поддержание неизменного общего уровня цен во времени. Стабильность цен, особенно исключение роста цен (инфляции), является одной из главных целей МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ.

См. МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

СТАВКА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ (wage rate) — ЦЕНА ТРУДА. На конкурентном РЫНКЕ ТРУДА ставка заработной платы определяется спросом и предложением труда. Кривая спроса на труд как производственный ресурс имеет отрицательный наклон (D на рис. 122), что отражает падение предельной производительности труда при использовании большего его количества. Расположение и наклон кривой спроса на труд определённого вида будут зависеть от производительности используемых рабочих и спроса на производимый ими продукт, ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ (см. ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ и ПРЕДЕЛЬНАЯ

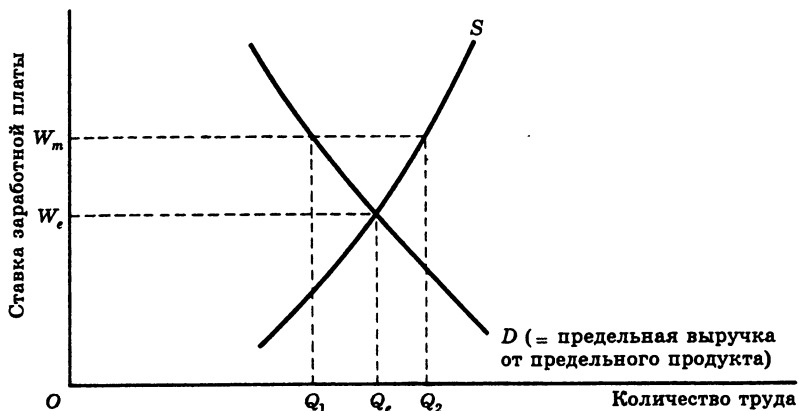


Рис. 122. Ставка заработной платы.

ВЫРУЧКА ОТ ПРЕДЕЛЬНОГО ПРОДУКТА). Кривая предложения (S) труда имеет положительный наклон: чем выше ставка заработной платы, тем больше предлагаемое количество труда. Расположение и наклон кривой предложения труда зависят от квалификации рабочих и их профессиональной и географической мобильности. Равновесная ставка заработной платы (W_e) соответствует точке пересечения обеих кривых.

В действительности силы спроса и предложения на рынке труда подвержены как влиянию ПРОФСОЮЗОВ (см. ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ), которые могут воздействовать на предложение труда, так и влиянию могущественных работодателей и ассоциаций работодателей, от действий которых может зависеть спрос на труд. Кроме того, на эти силы оказывает влияние государственная политика в отношении рынка труда, как, например, установление МИНИМАЛЬНОЙ СТАВКИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ и максимальной продолжительности рабочего дня, а также макроэкономическая политика государства, в частности ПОЛИТИКА ЦЕН И ДОХОДОВ. Например, если монопольный профсоюзный поставщик труда или узаконенная государством минимальная ставка заработной платы определяют фактическую ставку заработной платы в размере W_m (рис. 122), то в результате этого возникнет безработица, равная Q_1Q_2 .

СТАВКА НАЛОГА (tax rate) — процентная ставка, по которой НАЛОГ удерживается из дохода или расходов. Налоговые ставки устанавливаются правительством на разном уровне для различных социальных групп (перераспределение дохода) и используются как часть НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ для увеличения или уменьшения расходов.

СТАВКА ПРОЦЕНТА (rate of interest) — см. ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА.

СТАВКИ (rates) — см. МЕСТНЫЙ НАЛОГ, ЕДИНЫЙ СБОР С ПРЕДПРИЯТИЙ.

СТАГФЛЯЦИЯ (stagflation) — ситуация, при которой низкий уровень реального объема выпуска сочетается с ростом цен (ИНФЛЯЦИЕЙ). Стагфляция порождается сочетанием двух причин: (а) недостатком СОВОКУПНОГО СПРОСА по отношению к ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ ВАЛОВОМУ НАЦИОНАЛЬНОМУ ПРОДУКТУ (см. ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ) и (б) растущей стоимостью ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА (см. ЗАТРАТНАЯ ИНФЛЯЦИЯ).

Стагфляция была серьезной проблемой во многих странах в течение 1970-х гг. и в начале 1980-х гг., являясь результатом сочетания инфляции затрат, возникшей из-за роста цен на нефть в 1973 г. и в 1979 г., и сопровождавших этот рост цен дефляционных последствий сокращения реальной покупательной спо-

способности в странах — потребителях нефти. Ситуация обострялась ростом инфляционных ожиданий.

Ортодоксальная ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, которые осуществлялись на основе предположения о прямой связи между инфляцией и занятостью/выпуском (см. КРИВАЯ ФИЛЛИПСА), оказались несостоятельными в новой ситуации. В результате многие страны обратились к альтернативным подходам в области макроэкономической политики, например к МОНЕТАРИЗМУ и ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

СТАНДАРТИЗАЦИЯ (standardization) — ограничение ассортимента изделий, выпускаемых фирмой, в целях снижения издержек производства и сбыта. Ограничивая ассортимент изделий, фирма получает возможность массового производства каждого из них и обеспечивает ЭКОНОМИЮ ОТ МАСШТАБА в течение длительных производственных периодов. Однако при сокращении ассортимента изделий фирме, возможно, придется отказаться от увеличения объема продаж и потенциальной прибыли в связи с ограничением количества СЕГМЕНТОВ РЫНКА, на которых продаётся её продукция. Таким образом, в рамках политики ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА фирмы часто сталкиваются с необходимостью нахождения оптимального соотношения между величиной издержек и РАЗНООБРАЗИЕМ (АССОРТИМЕНТОМ).

СТАНДАРТЫ НА ПРОДУКЦИЮ — см. ТОВАРНЫЕ СТАНДАРТЫ.

СТАТИСТИКА (statistics) — 1. Раздел математики, изучающий теорию и методы сбора, систематизации и анализа числовых данных.

2. Совокупность наблюдаемых данных, комплекс методов их обработки и система исчисленных на их основе показателей. В экономическом анализе широко используются экономические данные, которые подвергаются статистическому анализу с целью практической проверки правильности выводов ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ.

См. ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ, ЭКОНОМЕТРИКА.

СТАТУТНОЕ ПРАВО (statute law) — законы, устанавливаемые законодательной властью государства (в Великобритании — Парламентом). Примерами таких законов являются ЗАКОН О СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛЕ 1973 г. и Закон о компаниях 1989 г. Когда подобные законы становятся частью действующего законодательства, органы судебной власти начинают заниматься обеспечением их выполнения. Ср. ОБЩЕЕ ПРАВО.

СТЕРЛИНГ (sterling) — наименование британского ФУНТА СТЕРЛИНГОВ при международных операциях, введённое для того,

чтобы отличать эту денежную единицу от валют других стран, также использующих фунт как основу своих денежных систем. Прежде большинство стран, широко участвовавших в международной торговле, имели крупные стерлинговые остатки в качестве части своих МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ. Однако в настоящее время стерлинг используется как резервный актив исключительно лишь некоторыми действующими и бывшими странами—членами Британского Содружества.

СТЕРЛИНГОВАЯ ЗОНА (sterling area) — группа стран (в основном бывшие британские колонии), которые прежде привязывали курсы своих национальных валют к курсу британского ФУНТА СТЕРЛИНГОВ, а в настоящее время используют СТЕРЛИНГ в качестве части своих МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ.

СТИМУЛИРУЮЩАЯ ФОРМА ОПЛАТЫ ТРУДА (incentive pay scheme) — любая форма системы ПЛАТЕЖЕЙ, вознаграждающая работника или группу рабочих с целью побудить их увеличить производительность. Такая система вознаграждения включает СДЕЛЬНУЮ ОПЛАТУ, которая зависит от индивидуальной или групповой производительности; ПРЕМИАЛЬНУЮ ОПЛАТУ, обеспечивающую выплату премий за достижение условленного уровня производства или продажи; систему ВЫПЛАТ, увязанных с ПРИБЫЛЬЮ, и систему УЧАСТИЯ В ПРИБЫЛЯХ, которые позволяют работникам получать часть доходов фирмы.

См. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

СТИМУЛЫ К ИНВЕСТИЦИЯМ (investment incentives) — меры, предлагаемые центральными или местными властями для поддержки реальных ИНВЕСТИЦИЙ ЧАСТНОГО СЕКТОРА во всем хозяйстве или в конкретной области. Стимулы центрального правительства могут быть выражены в форме капитальных грантов для покрытия стоимости оборудования или в форме налоговых льгот на прибыль. Стимулы местных властей обычно состоят в форме уменьшения отдельных налогов или освобождения от их уплаты и организации местной инфраструктуры для удобства потенциальных инвесторов. Основной мотив предоставления поддержки зависит в первую очередь от целей, которые преследует правительство. Такой целью может быть уменьшение БЕЗРАБОТИЦЫ, и в этом случае инвестиции могут содействовать решению этой проблемы через эффект МУЛЬТИПЛИКАТОРА. Целью может быть также предоставление дополнительной помощи определенным РАЙОНАМ РАЗВИТИЯ в решении проблем безработицы или реконструкции городов.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА.

СТИМУЛЫ К ЭКСПОРТУ (export incentives) — финансовая помощь, которую государство предоставляет отечественным фирмам для того, чтобы стимулировать ЭКСПОРТ и улучшить платёжный баланс страны. Стимулы к экспорту включают в себя прямые субсидии, снижающие цену экспорта (ЭКСПОРТНЫЕ СУБСИДИИ), налоговые льготы (освобождение от уплаты налогов с прибыли от экспорта), кредиты (дешевое финансирование экспорта) и финансовые гарантии (резервы на покрытие безнадёжных долгов и т. д.).

Некоторыми странами стимулы к экспорту часто расцениваются как «нечестная» торговая практика, поэтому стимулы к экспорту нередко приводят к принятию ответных мер («репрессалий») со стороны этих стран.

СТОИМОСТЬ ЖИЗНИ (cost of living) — общий уровень цен на товары и услуги, измеренный в форме ИНДЕКСА ЦЕН. Чтобы предохранить уровень жизни людей от пагубного воздействия роста цен (ИНФЛЯЦИИ), контракты, связанные с размерами заработной платы, пенсии по старости и т. д., содержат поправку на рост стоимости жизни, которая автоматически позволяет увеличивать заработную плату, пенсии и т. д. пропорционально росту цен.

См. ИНДЕКСАЦИЯ.

СТОИМОСТЬ КАПИТАЛА (cost of capital) — размер платежей, совершаемых фирмой за использование в производстве долгосрочного капитала. Средняя стоимость капитала для фирмы, которая использует несколько источников долгосрочного финансирования своих инвестиций (например, ЗАЙМЫ, АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ), зависит от стоимости каждого конкретного источника капитала (например, ПРОЦЕНТА по ссудам) и от доли каждого источника.

См. ЛЕВЕРЕДЖ, УЧЕТНАЯ СТАВКА.

СТРАНА ТРЕТЬЕГО МИРА (third world country) — см. РАЗВИВАЮЩАЯСЯ СТРАНА.

СТРАХОВАНИЕ (insurance) — метод защиты личности или фирмы от финансовых потерь вследствие повреждения или кражи личного или производственного имущества (общее страхование) или смерти и несчастных случаев (страхование жизни и страхование от несчастных случаев). Страховой полис может быть оформлен прямо в СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ или через посредника (СТРАХОВОГО БРОКЕРА/АГЕНТА). Уплатив страховой взнос, физическое или юридическое лицо приобретает страховое покрытие своего финансового риска.

Термин *гарантия* часто употребляется для описания определённых видов страхования жизни.

См. РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ.

СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ (insurance company) — финансовый институт, предоставляющий страховые полисы разного назначения (см. СТРАХОВАНИЕ) для защиты личности и бизнеса от РИСКА финансовых потерь, получая за это регулярно вносимые страховые премии. Страховые компании действуют, объединяя риск большого числа обладателей страховых полисов. Исходя из последних сведений о выплатах страхового вознаграждения, статистик страховой компании (актуарий) может определить вероятность возникновения отдельного страхового случая, например пожара, и может подсчитать средние финансовые потери, порождаемые каждым таким случаем. Используя эту информацию, он подсчитывает приблизительный размер премии, которую должны уплатить владельцы полисов. Из общей суммы премиального дохода страховая компания оплачивает возникающие финансовые требования.

В случае большого страхового риска компания может прибегнуть к *перестрахованию*, деля страховые премии с другими страховщиками в соответствии с долей потенциального требования, которое они готовы принять. Кроме того, многие страховые компании предлагают специальные программы накопления сбережений, связанные со страхованием.

Страховые компании используют получаемые премии не только для оплаты ежедневных требований, но и для получения дополнительных доходов от инвестиций в ЦЕННЫЕ БУМАГИ (см. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ). Страхование жизни, в частности из-за долгосрочной природы этого договора, является особенно благоприятным для долгосрочных инвестиций, возвращающихся в виде прибыли как к владельцу полиса, так и к компании. В настоящее время широко распространены полисы страхования жизни с *прибылью*, например полисы страхования жизни, связанные с обеспечением ЗАКЛАДНЫХ для покупки дома.

Большинство страховых компаний являются членами корпорации страховщиков Ллойда. В Великобритании страховые компании представлены Ассоциацией британских страховщиков, которая организует собрания с обсуждением проблем, представляющих общий интерес для её членов, а также действует в интересах членов во взаимодействии с другими институтами (организациями), такими как Комитет инвесторов и правительство. Инвестирование и управление фондами страховых компаний регулируются ОРГАНИЗАЦИЕЙ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ и ОРГАНИЗАЦИЕЙ ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ и ТРАСТОВ в соответствии с различными

стандартами, установленными ЗАКОНОМ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ, 1986.

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

СТРАХОВОЙ БРОКЕР/АГЕНТ (insurance broker/agent) — физическое или юридическое лицо, которое является посредником между клиентами, желающими оформить договор СТРАХОВАНИЯ, и СТРАХОВЫМИ КОМПАНИЯМИ, предлагающими такие договоры. В одном случае агент может быть нанят одной страховой компанией для продажи страховых полисов и получает комиссионные от продажи. В другом случае страховые агенты могут действовать как независимые посредники, которые ведут переговоры с большим количеством страховых компаний в интересах клиентов. Деятельность страховых агентов регулируется АССОЦИАЦИЕЙ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ, МЕНЕДЖЕРОВ И БРОКЕРОВ в соответствии с различными стандартами, установленными ЗАКОНОМ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ, 1986.

СТРАХОВОЙ ВЗНОС (premium) — платёж, вносимый клиентом СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ в соответствии с договором страхования.

СТРОИТЕЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО (building society) — финансовый институт, предлагающий разнообразные формы сберегательных счетов для привлечения вкладов, главным образом от населения, и специализирующийся на предоставлении долгосрочных ЗАКЛАДНЫХ, используемых для приобретения недвижимости. В последние годы многие крупные строительные общества Великобритании обратились к посредническим операциям на рынке недвижимости. Кроме того, они вступают в соглашения с другими финансовыми институтами и благодаря этому получают возможность предоставлять своим вкладчикам ограниченный круг банковских услуг (использование чековых книжек и кредитных карт, например) и другие финансовые услуги. Дополнительный толчок к этой деятельности был дан актом О СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЩЕСТВАХ 1986 г.

Депозиты строительных обществ образуют важный источник ликвидности в экономике и включаются в состав «денег в широком смысле» при расчёте ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ (structure of industry) — классификация производственной деятельности по широким группам — секторам или более узким группам — отраслям.

Тремя основными секторами экономики являются: (а) первичный сектор (добыча сырья и сельское хозяйство); (б) промышленный, или вторичный сектор (промышленные товары,

строительство, газ, электричество и т. д.); (в) сфера услуг (розничная торговля, банковское дело, туризм и т. д.).

Относительное значение каждого сектора имеет тенденцию изменяться по мере развития экономики и с течением времени. Например, РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ характеризуются более крупными первичными секторами и небольшими промышленными секторами и сферами услуг, в то время как РАЗВИТЫЕ СТРАНЫ характеризуются небольшими первичными секторами и крупными промышленными секторами и сферами услуг. Из таблицы видно, что в наиболее передовых странах наблюдается относительное снижение доли промышленного сектора и соответствующее возрастание значения сферы услуг.

**Структура валового внутреннего продукта
Великобритании, США, Японии и ФРГ (в процентах)**

	Сельское хозяйство		Промышленность		Обрабатывающая промышленность		Сфера услуг	
	1960	1990	1960	1990	1960	1990	1960	1990
Великобритания	3	2	43	36	32	20	54	62
США	4	2	38	29	29	17	58	69
Япония	13	4	45	41	34	29	42	56
ФРГ	6	2	53	39	40	31	41	59

Процентные доли обрабатывающей промышленности включены в процентные доли промышленности. (Источник: World Development Report, World Bank, 1992).

См. ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ОТРАСЛЕВАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

СТРУКТУРА РЫНКА (market structure) — способ организации рынка. ТЕОРИЯ РЫНКОВ сосредоточивается главным образом на тех аспектах структуры рынка, которые оказывают значительное влияние на поведение фирм и покупателей, а также на действенность рынка. Структурные особенности, имеющие стратегическое значение для РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ, включают в себя: (а) степень КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ и КОНЦЕНТРАЦИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ, определяемую числом продавцов и покупателей (много ли их на рынке, мало или только один) и их относительными долями в общем объеме продаж; (б) УСЛОВИЯ ВХОДА на рынок (степень преимущества закрепившихся фирм над потенциальными конкурентами, обусловленная БАРЬЕРАМИ ВХОДА); (в) характеристики производимого продукта (НЕДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ или ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПРОДУКТ, см. ДИФФЕРЕН-

ЦИАЦИЯ ПРОДУКТА); (г) степень участия фирм в производстве ресурса для своей продукции или в организации её продажи (ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ); (д) способность фирм действовать не на одном, а на нескольких рынках (ДИВЕРСИФИКАЦИЯ).

Структура рынка, в свою очередь, влияет на рыночное поведение и действенность рынка.

См. ПОКАЗАТЕЛИ КОНЦЕНТРАЦИИ, ПАРАДИГМА «СТРУКТУРА РЫНКА — ПОВЕДЕНИЕ — РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ», СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, МОНОПОЛИЯ.

СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ — см. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

СТРУКТУРНАЯ БЕЗРАБОТИЦА (structural unemployment) — длительная БЕЗРАБОТИЦА, вызванная упадком отдельных отраслей и изменениями производственных процессов. Она возникает, когда изменяющаяся структура спроса перестает соответствовать существующей структуре производства до такой степени, что появляется избыточная рабочая сила. Эта долговременная тенденция заставляет работников искать новые рабочие места за пределами отраслей, находящихся в упадке, нередко даже в другой части страны. Одной из проблем, с которыми столкнулось большинство государств, был упадок в отраслях тяжёлого машиностроения, сталепрокатном производстве и судостроении, в частности на севере Англии и в Шотландии. Технический прогресс и иностранная конкуренция вызвали сокращение спроса на товары этих отраслей, что привело к массовой безработице. Для противодействия такого рода безработице нужны программы переобучения для лишившихся работы, содействие в перемещении в другие регионы, где имеются свободные рабочие места. Кроме того, нужны также финансовые стимулы, побуждающие растущие новые отрасли к перемещению в районы высокой концентрации отраслей, переживающих упадок.

См. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

СУБСИДИЯ (subsidy) — предоставление государством финансовых и других ресурсов для поддержки деятельности предприятия или отдельного индивида. Субсидии могут быть прямыми (гранты в виде наличных, беспроцентные займы и т. д.) или косвенными (амортизационные списания, скидки с тарифов на электроэнергию для пенсионеров и т. д.) и могут предназначаться для различных целей. Существуют следующие виды субсидий:

(а) Производственные субсидии (см. ПРОИЗВОДСТВО): субсидирование производителей государством для побуждения их к увеличению объёма выпуска определённых продуктов путём

частичного покрытия их производственных затрат или даже финансирования убытков. Целью таких субсидий может быть расширение производства по низкой цене некоторого продукта, который считается необходимым (например, определённого продукта питания, причём субсидируются и потребители этого продукта); или, например, помощь в открытии новой фирмы (см. ПЛАН ПООЩРЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА) или отрасли (см. ОТРАСЛЕВАЯ ПОЛИТИКА); либо стимулирование размещения фирм в определённом регионе (см. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА). В первом случае субсидии используются как инструмент перераспределения дохода либо путём снижения цен на такие продукты, как хлеб и молоко, которые занимают важное место в бюджете малоимущих слоев населения, либо путём прямого субсидирования доходов.

(б) Экспортные субсидии (см. ЭКСПОРТ): субсидирование государством экспорта определённого продукта или экспорта в целом для поддержания платёжного баланса страны.

(в) Субсидии ЗАНЯТОСТИ: субсидирование заработной платы государством для побуждения предпринимателей к предоставлению большего числа рабочих мест с целью снижения уровня безработицы в экономике.

(г) Субсидии ДОХОДА: субсидирование населения через государственную систему трансфертных платежей (например, пособий по социальному обеспечению) с целью поддержания некоторого минимального уровня жизни беднейших слоев общества.

Субсидии способствуют увеличению выпуска «избранных» продуктов, но в целом искажают процессы РАЗМЕЩЕНИЯ РЕСУРСОВ внутри страны, а также могут неблагоприятно повлиять на международную торговлю.

См. ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ, ПРОТЕКЦИОНИЗМ, ПЕРЕКРЁСТНОЕ СУБСИДИРОВАНИЕ.

СУВЕРЕНИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ (consumer sovereignty) — власть ПОТРЕБИТЕЛЕЙ над производством, связанная с тем, что они являются конечными покупателями товаров и услуг. При прочих равных условиях, если потребители увеличивают спрос на некоторый товар, то предложение последнего будет увеличено. Это подразумевает, что ПРОИЗВОДИТЕЛИ — «пассивные агенты» в ЦЕНОВОЙ СИСТЕМЕ, идущие на поводу у потребителей. Тем не менее при некоторых типах рынка (а именно при ОЛИГОПОЛИИ и МОНОПОЛИИ) производители настолько сильны по сравнению с потребителями, что диапазон выбора, доступный для потребителя, определяется именно ими.

См. ПЕРЕСМОТРЕННАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ.

СУД ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ (*Restrictive Practices Court (RPC)*) — орган, ответственный отчасти за проведение политики в отношении конкуренции. В основную задачу этого Суда входят исследования и составление отчётов по фактам СОГЛАШЕНИЙ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ, СОГЛАШЕНИЙ ПО ИНФОРМАЦИИ И ПОДДЕРЖАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН, направляемых в него УПРАВЛЕНИЕМ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ для определения, не находятся ли они в противоречии с общественными интересами.

Общественные интересы вообще могут отождествляться с обеспечением эффективной конкуренции в том смысле, что законодательство в этой области включает в себя предпосылку об общей предпочтительности конкуренции по отношению к СГОВОРУ. В случае ограничительных соглашений и соглашений по информации все эти соглашения считаются противоречащими общественным интересам, если участвующие в них стороны не могут доказать обратное, удовлетворив одной или несколькими из восьми «лазеек» (например, то, что соглашение является выгодным, так как повышает эффективность, увеличивает экспорт, создаёт рабочие места), и только в том случае, если выгоды перевешивают все негативные стороны. Соглашения, признанные Судом противоречащими общественным интересам, автоматически аннулируются.

Очень немногие соглашения были признаны законными (фактически менее 15). Подавляющее большинство соглашений (свыше 9000), зарегистрированных в Управлении справедливой торговли, были ликвидированы без формального заседания суда. Таким образом, на первый взгляд атака на сговор между производителями кажется весьма удачной. Тем не менее есть основания полагать, что многие соглашения были просто скрыты.

СУПЕРМАРКЕТ, или **УНИВЕРСАМ** (*supermarket*) — крупная розничная торговая точка, характеризующаяся самообслуживанием. Супермаркеты могут быть единственными в собственности владельца, но могут входить в состав СЕТИ МАГАЗИНОВ. Крупные сети супермаркетов способны получать значительную экономию от масштабов сбыта как на групповой основе с получением выгодных скидок и уступок от производителей при ОПТОВОЙ ЗАКУПКЕ, так и на уровне отдельных магазинов за счёт использования капиталоемких методов розничной торговли (см. ЭЛЕКТРОННАЯ СИСТЕМА ПРОДАЖ). Значительным прогрессом было введение ТОРГОВЫХ МАРОК РОЗНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, т. е. продаж товаров с названием супермаркета на наклейках, конкурирующих с торговыми марками фирм-производителей.

Расширенной формой супермаркета являются *гипермаркеты*; они обычно располагаются на окраинах городов, где есть избыток свободного пространства.

См. РОЗНИЧНЫЙ ТРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА.

СФЕРА УСЛУГ (service sector) — область экономики, занимающаяся предоставлением разнообразных личных и производственных услуг: парикмахерские и туризм, транспорт и розничная торговля, банковское дело и страхование и т. д. Сфера услуг, вместе с ПЕРВИЧНЫМ СЕКТОРОМ и ПРОМЫШЛЕННЫМ СЕКТОРОМ, образует единую цепь экономической деятельности, формирующей современную экономику.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

СХЕМА «ЗАРАБОТАЛ—УПЛАТИ» (pay-as-you-earn (paye)) — схема вычета ПОДОХОДНОГО НАЛОГА из заработков частного лица посредством удержания налога перед выплатой ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ или ЖАЛОВАНИЯ. Эта схема является не налогом, а способом сбора налогов.

См. ТАБЛИЦЫ «ДОХОД—НАЛОГ».

СЧЁТ ДВИЖЕНИЯ КАПИТАЛОВ (capital account) — раздел счётов ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, в котором регистрируются финансовые потоки, связанные с покупкой или продажей срочных активов, а также с заимствованием и предоставлением кредитов частному сектору.

СЧЁТ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА (capital account) — раздел в ИСЧИСЛЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, в котором регистрируются ИНВЕСТИЦИИ государства в инфраструктуру (например в дороги, больницы, школы) и инвестиции частного сектора, например в машины и оборудование.

СЧЁТ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ (profit-and-loss account) — бухгалтерский отчёт, в котором указаны ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ, полученная за отчётный период, и все относящиеся к этому периоду явные ЗАТРАТЫ. В этом счёте СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ вычитается из ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ для подсчёта ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛИ; остальные затраты вычитаются из валовой прибыли для определения ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ.

СЧЁТ СТАБИЛИЗАЦИИ ВАЛЮТНОГО КУРСА (foreign exchange equalization account) — резервы ИНОСТРАННЫХ ВАЛЮТ, находящиеся в распоряжении ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА страны (например, Банка Англии), которые используются для осуществления интервенции на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ, чтобы стабилизировать ВАЛЮТНЫЙ КУРС национальной валюты этой страны.

См. СИСТЕМА ФИКСИРОВАННОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА, ЕВРОПЕЙСКАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД.

СЧЁТ-ФАКТУРА (invoice) — документ, посылаемый поставщиком потребителю, который содержит перечень поставляемых товаров, их цены и общую сумму, которую потребитель должен перечислить за эти товары. Счёт-фактуру обычно после отгрузки товаров вместе с НАКЛАДНЫМИ отправляют потребителю, чтобы проинформировать, какие платежи ему необходимо осуществить.

См. БАНКОВСКАЯ ВЫПИСКА.

СЧЁТНАЯ ЕДИНИЦА (numeraire) — денежная единица, в которой выражаются международные сделки с товарами, услугами и ценными бумагами. Например, ДОЛЛАР США используется в качестве счётной единицы в торговле нефтью, СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВА ЗАИМСТВОВАНИЯ используются как счётная единица финансовых сделок МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА, а в ЕВРОПЕЙСКОЙ РАСЧЁТНОЙ ЕДИНИЦЕ выражаются финансовые сделки, осуществляемые в рамках ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ.

СЧЁТНАЯ ЕДИНИЦА, или **ЕДИНИЦА ИЗМЕРЕНИЯ** (unit of account) — функция денег, которая дает людям возможность использовать деньги для измерения и регистрации ценности ТОВАРОВ и УСЛУГ, а также сделок с ценными бумагами. Счётная единица может иметь физическую форму, например ВАЛЮТА, или может быть нематериальным учетным активом, таким как СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВА ЗАИМСТВОВАНИЯ и ЕВРОПЕЙСКАЯ РАСЧЁТНАЯ ЕДИНИЦА.

СЫРЬЕВОЙ БРОКЕР (commodity broker) — торговец на рынке первичных продуктов.

См. РЫНОК ПЕРВИЧНЫХ БЛАГ.

СЭЙ, ЖАН БАТИСТ (1767–1832) (Say, Jean Baptiste) — французский экономист, развивший теорию рынка АДАМА СМИТА в своем «Трактате о политической экономии» (1803). Сэй утверждал, что поскольку каждый товар обменивается на другой товар, то любой товар, попавший на рынок, создаёт свой собственный спрос, и всякий спрос, возникающий на рынке, создаёт своё собственное предложение. Утверждение такой взаимозависимости в обменной экономике часто называют ЗАКОНОМ СЭЯ. Этот принцип использовался для отрицания возможности экономических кризисов, связанных с общим перепроизводством товаров и услуг, а также для аргументации довода о том, что рыночная экономика автоматически достигает состояния полной занятости.

Т

ТАБЛИЦА ПРЕДЛОЖЕНИЯ (supply schedule) — таблица, в которой перечислены определённые значения объёмов предложения данного ПРОДУКТА при различных ЦЕНАХ на него. Информация, полученная из таблицы предложения, может использоваться для построения КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, которая отражает связь цены и объёма предложения в графической форме.

ТАБЛИЦЫ*ДОХОД—НАЛОГ* (income—tax schedules) — классификация различных источников ДОХОДА, используемая НАЛОГОВОЙ СЛУЖБОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ для облегчения процесса оценки обязательств по налоговым платежам (см. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ) того или иного лица. Существует 6 таблиц, обозначенных буквами алфавита от А до F. Источники дохода распределяются по таблицам следующим образом:

А: земля и недвижимость;

В: лесные угодья, используемые для бизнеса;

С: ПРОЦЕНТЫ и ДИВИДЕНДЫ по ценным бумагам общественных организаций (включая правительство);

Д: торговля, бизнес, профессии, проценты, полученные в целом;

Е: ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА за работу по найму (в соответствии со СХЕМОЙ «ЗАРАБОТАЛ — УПЛАТИ»);

F: доходы по ценным бумагам частных компаний.

Существуют различные нормы и правила в отношении ПОДОХОДНОГО НАЛОГА и статей расходов, вычитаемых из его налогооблагаемой базы.

ТАМОЖЕННАЯ ПОШЛИНА (customs duty) — НАЛОГ, которым облагаются импортируемые продукты (см. ИМПОРТ). В отличие от ТАРИФОВ, таможенные пошлины используются главным образом как источник государственных доходов, а не как средство защиты отечественных производителей от иностранной конкуренции.

См. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ (customs union) — форма ТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ стран, при которой страны-члены устраняют в отношениях между собой все торговые барьеры (ТАРИФЫ и т. д.) на товары и услуги и создают единую систему торговых барьеров с остальным миром, в частности *единый внешний тариф*. Цель таможенного союза — использовать преимущества от международной СПЕЦИАЛИЗАЦИИ, тем самым улучшая реальный уровень жизни стран-членов.

См. ВЫИГРЫШИ ТОРГОВЛИ, РАСШИРЕНИЕ ТОРГОВЛИ, ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО.

ТАРИФ — см. ИМПОРТНАЯ ПОШЛИНА.

ТВЁРДАЯ ВАЛЮТА (hard currency) — ИНОСТРАННАЯ ВАЛЮТА, спрос на которую на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ велик, а предложение мало. Статус твёрдой валюты обычно связывается с экономически развитой страной, со значительным положительным сальдо платёжного баланса. Высокий спрос на валюту обуславливается необходимостью финансирования закупок экспорта страны — эмитента валюты, но предложение валюты относительно ограничено, так как её количество, полученное иностранцами от продажи импортированного товара, значительно ниже. Однако СИСТЕМА ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ предполагает приведение в соответствие спроса и предложения данной валюты с помощью РЕВАЛЬВАЦИИ ВАЛЮТНОГО КУРСА. Ср. МЯГКАЯ ВАЛЮТА.

ТЕЗАВРАЦИЯ (hoarding) — непроизводительное хранение ДЕНЕГ или ПРОДУКТОВ. Определённая сумма денег всегда содержится в виде наличности для финансирования повседневных сделок фирмы. Тезаврация заключается в сознательном отказе от текущих расходов и вложений и может происходить по причине увеличения ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЛИКВИДНОСТИ. Тезаврация часто имеет место в менее развитых странах, где население не знает, что сбережения можно хранить в банке, или опасается это делать.

ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ (labour turnover) — доля рабочей силы фирмы, покинувшая рабочие места за данный период времени. Текучесть кадров может быть результатом ухода на пенсию, увольнения по собственному желанию, сокращения «лишних» рабочих и т. д. В макросистеме на текучесть кадров сильно влияет ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ. Особенно высока текучесть кадров в период бума, когда появляются широкие возможности нового, более приемлемого места работы, или в периоды депрессии, когда происходят массовые сокращения.

ТЕКУЩИЕ АКТИВЫ (current assets) — такие активы, как ЗАПАСЫ, деньги, ссуженные ДЕБИТОРАМ, и наличные деньги, кото-

рые фирма держит для краткосрочного финансирования оборота: закупки сырья и материалов, их обработки, продажи готовой продукции и оплаты её покупателями.

См. ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА, ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ.

ТЕКУЩИЕ ПАССИВЫ (current liabilities) — все обязательства по выплате наличных денег к определённой дате в близком будущем, включая задолженность фирмы перед коммерческими КРЕДИТОРАМИ, а также по БАНКОВСКИМ ССУДАМ и овердрафтам.

См. ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ.

ТЕКУЩИЙ ПЛАТЁЖНЫЙ БАЛАНС (current account) — баланс торговли страны товарами («видимые статьи») и услугами («невидимые статьи») с остальным миром за определённый период времени.

ТЕКУЩИЙ СЧЁТ (current account) — счёт физического или юридического лица в КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ или СТРОИТЕЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ, на который клиент может сделать взнос наличными деньгами или чеками и с которого он может в любой момент их изъять. Клиенты могут использовать текущие счета (или бессрочные вклады, как их часто называют) в качестве ликвидного средства, с помощью которого они финансируют свои сделки. Большинство банков и строительных обществ выплачивают ПРОЦЕНТ по остаткам на текущих счетах.

См. БАНКОВСКИЙ ВКЛАД, ДЕПОЗИТНЫЙ СЧЁТ.

ТЕНДЕР (tender) — 1. Приглашение покупателем, нуждающимся в определённом товаре или услуге, возможных поставщиков этих продуктов делать заявки с указанием конкурентных цен.

См. КОНКУРЕНТНЫЕ ТОРГИ.

2. Процесс ВЫПУСКА АКЦИЙ, в ходе которого публике предлагается делать заявки на приобретение акций с указанием цены покупки. Цена, по которой осуществляется выпуск, определяется *усреднением* цен, предложенных предполагаемыми покупателями. Тем, кто указал цену ниже итоговой цены выпуска, акции предложены не будут вообще. А те, чьи заявки содержали цены, равные цене выпуска или превышающие её, получают акции в заявленном количестве по итоговой цене.

Тендерные торги аналогичным образом могут быть организованы для продажи других ценных бумаг (например, КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ).

См. ТЕНДЕРНЫЙ ВЫПУСК.

ТЕНДЕР НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПРОДАЖЕ (offer-for-sale by tender) — метод увеличения нового АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА посредством выпуска акций компании для широкой публики

по цене, которая определяется объёмом инвестиционного спроса на них при наличии ограничения в виде минимальной цены.

См. ВЫПУСК АКЦИЙ.

ТЕНДЕРНЫЙ ВЫПУСК (tender issue) — выпуск КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ Банком Англии в соответствии с поданными по его просьбе заявками УЧЁТНЫХ ДОМОВ и центральных банков других стран. Каждый учётный дом делает заявку на определённое количество векселей, сумма их заявок обычно превышает количество предлагаемых векселей. Банк Англии размещает векселя среди предложивших наибольшие цены покупателей, что позволяет ему занимать деньги в интересах правительства по конкурентной процентной ставке.

КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ не подают заявки непосредственно на казначейские векселя, а покупают их на учётном рынке. Ср. ПОДПИСНОЙ ВЫПУСК.

ТЕНЕВАЯ ЦЕНА (shadow price) — ЦЕНА или ЦЕННОСТЬ товара или услуги, определённая условно, когда она не может быть определена либо из-за отсутствия обычного рынка, формирующего цену, либо в силу слишком грубой деформации существующих рынков. Теневая цена или ценность означает наилучшую возможную оценку той цены или ценности, которая сформировалась бы при существовании нормального рынка.

В ЭКОНОМИКЕ БЛАГОСОСТОЯНИЯ цена блага приравнивается к предельным общественным затратам на его производство, т. е. к сумме всех затрат, связанных с этим благом. Например, затраты на электроэнергию — это не только капитал, труд и затраты сырья, но и дополнительные затраты на обеспечение приемлемого размещения отходов (например дыма, грязи), а также затраты, связанные со снижением эстетической привлекательности места, в котором находится электростанция. Эти затраты не подвергаются стоимостной оценке, поскольку нет рынков, на которых эта оценка была бы осуществлена. Теневые цены такого рода часто определяются в АНАЛИЗЕ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ».

Другое применение теневых цен встречается во внутрифирменной торговле. Например, ресурсы подразделения В данной компании могут быть продуктами её подразделения А. Продукты, которыми торгуют друг с другом два подразделения компании, могут не иметь эквивалентной рыночной цены, так как для них не существует открытого рынка (в качестве примеров таких продуктов можно привести комплектующие изделия или управленческие услуги). Сделки происходят по теневым ценам, которые определяются оценкой затрат плюс отдача на вло-

женный капитал. Подобное установление рыночных цен часто используется в ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКЕ (см. ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА).

Частный случай применения теневого ценообразования можно найти в ЛИНЕЙНОМ ПРОГРАММИРОВАНИИ, где решение задачи порождает гипотетические цены на редкие ресурсы, показывающие, каков будет прирост прибыли от затраты добавочной единицы каждого полностью используемого ресурса.

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА (black economy) — экономическая деятельность, не учитываемая в ИСЧИСЛЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА либо потому, что продукты такой деятельности не обмениваются на рынке, либо потому, что она незаконна. Незаконная деятельность — это не то же самое, что вне рыночная деятельность. Незаконная рыночная деятельность может быть вполне эффективной в рамках обычной ЦЕНОВОЙ СИСТЕМЫ, основанной на игре СПРОСА и ПРЕДЛОЖЕНИЯ. Примеры тому: продажа и покупка наркотиков на улице или алкоголя в 1920-е годы в США, или продуктов в Великобритании во время второй мировой войны в период действия системы РАЦИОНИРОВАНИЯ. Вне рыночная деятельность не связана с ценой, определяемой взаимодействием спроса и предложения. Часть вне рыночной деятельности может предприниматься из альтруистических соображений, например услуги, оказываемые домохозяйкой своей семье, или работа добровольных участников благотворительных организаций. Другая часть вне рыночной деятельности осуществляется на основе БАРТЕРА. Например, некий механик обслуживает автомобиль некоего электрика, который, в свою очередь, делает электропроводку в доме механика. Деньги не переходят из рук в руки, и деятельность не учитывается. Чаще всего понятие теневой экономики ассоциируется с той незаконной ситуацией, когда люди работают, не указывая своих доходов.

См. ЧЕРНЫЙ РЫНОК.

ТЕОРИЯ ВЫЯВЛЕННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ (revealed preference theory) — альтернативное построение теории индивидуально-го спроса, предполагающее, что предпочтения потребителя проявляются при его выборе в заданных условиях. Предпочтения могут относиться к двум или большему числу благ; если число благ превышает два, то с целью облегчения графического анализа для представления всех благ, кроме одного (выделенного), используются деньги (как на рис. 123).

Если потребитель решает, что он предпочитает некоторое сочетание количеств денег (OM_1) и блага X (OX_1), он будет находиться в точке a на БЮДЖЕТНОЙ ЛИНИИ (или линии отно-

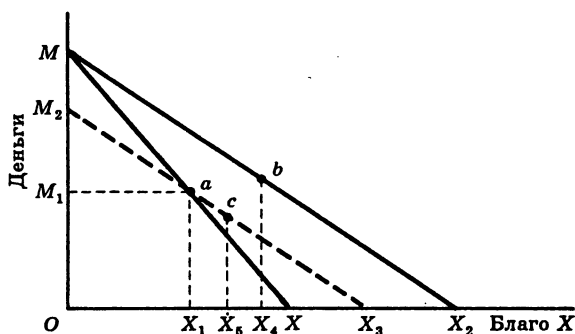


Рис. 123. Теория выявленных предпочтений.

сительных цен) MX . Если благо X становится дешевле, *реальный* доход потребителя увеличивается, он переходит на бюджетную линию MX_2 и теперь предпочитает сочетание благ, соответствующее точке b .

Изменение, вызванное снижением цены блага X , не сводится лишь к увеличению реального дохода. Отчасти изменение происходит благодаря замещению подешевевшего блага X на другие, и этот эффект всегда является положительным.

Если новую комбинацию благ, выбранную потребителем в точке b , пропорционально сократить путём гипотетического уменьшения дохода, чему соответствует параллельный сдвиг бюджетной линии в направлении начала координат (положение M_2X_3), потребитель выберет новую точку, скажем c . Таким образом, ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ заключается в переходе из точки X_1 в X_5 , а переход из точки X_5 в X_4 является ЭФФЕКТОМ ДОХОДА.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ, ЭФФЕКТ ЦЕНЫ.

ТЕОРИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА (product life-cycle theory) — теория, которая объясняет изменения в структуре МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ и основана на динамической последовательности ИННОВАЦИИ и распространения продуктов. Можно выделить четыре фазы цикла: (а) когда вводится новый продукт, вероятно, что производящая страна будет одновременно и потребляющей, поскольку существует тесная связь между инновациями и спросом. Эта производящая страна (обычно промышленно развитая) становится экспортёром в другие развитые страны; (б) производящими становятся другие развитые страны, и экспорт страны-«первооткрывателя» сни-

жается; (в) после того, как спрос в производящих странах достигает большого объёма, что позволяет производителям использовать преимущества ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА, они также начинают экспортировать продукт, вытесняя страну-«первооткрывателя» на рынках непроизводящих стран; (г) наконец, так как технология производства продукта стандартизуется до такой степени, что в производстве может использоваться относительно неквалифицированный труд, экспортёрами продукта становятся и РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ, производственные затраты в которых ниже. Это приводит к дальнейшему замещению экспорта страны-«первооткрывателя», что вынуждает последнюю переключиться на производство новых продуктов.

См. также ТЕОРИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗРЫВА, ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

ТЕОРИЯ ИГР (game theory) — теория, использующая логическую дедукцию для исследования различных стратегий, принимаемых конкурирующими игроками. Теория игр может быть использована в экономической науке для представления проблем, связанных с формированием маркетинговой стратегии небольшим числом взаимозависимых конкурентов.

Олигополист (см. ОЛИГОПОЛИЯ) должен принимать в расчёт реакцию конкурентов на его собственные маркетинговые действия, чтобы гарантировать возможный «выигрыш» от применения каждой конкретной стратегии. Например, рассмотрим борьбу за долю на рынке между двумя фирмами (X и Y), где общий размер рынка фиксирован, так что увеличение доли одной фирмы происходит за счёт доли другой (так называемая ИГРА С НУЛЕВОЙ СУММОЙ). Предположим, компания X может сделать выбор между двумя стратегиями: понижением цены (P) или новой рекламной кампанией (A), а компания Y имеет те же доступные ей стратегии. Любая пара стратегий для двух фирм приводит в результате к определённому разделу рынка между ними: если фирма X приняла стратегию P и фирма Y приняла также стратегию P , то фирма X получит 50% рынка, оставив 50% фирме Y . Эта 50%-ная доля рынка является выигрышем фирмы X , и вся подобная информация о доле на рынке может быть сведена в *матрицу выигрышей* на рис. 124.

Каждая фирма должна самостоятельно выбрать для себя наилучшую стратегию, используя информацию, заключённую в данной таблице. Если фирма X применяет осторожный подход, то она должна иметь в виду, что на её стратегию P фирма Y ответит своей стратегией A , сокращая выигрыш фирмы X от стратегии P до минимума в 40% (подчеркнуто). Аналогично, на выбор стратегии A фирмой X фирма Y неизбежно ответит

		Стратегия фирмы Y	
		P	A
Стратегия фирмы X	P	50	<u>40</u>
	A	<u>55</u>	<u>60</u>

Рис. 124. Теория игр. Матрица выигрышей для фирм X и Y.

своей стратегией P, сокращая выигрыш фирмы X от стратегии A до минимума в 55% (подчеркнуто). Следуя этому пессимистическому взгляду, лучшее, что может сделать фирма X, это выбрать стратегию, ведущую к большему из этих (подчеркнутых) минимальных выигрышей, в данном случае — к 55%, приносимых стратегией A (*стратегия максимина*).

Фирма Y могла действовать подобным же образом, но для нее худший вариант состоит в том, что фирма X при этом получает большую долю рынка, так что фирма Y — меньшую. Таким образом, если фирма Y проводит стратегию P, её худший возможный выигрыш составит 45% рынка (55% отходит к фирме X), и это отмечено в матрице: число 55 обведено кружком. Если бы фирма Y выступила со стратегией A, её худший возможный выигрыш составил бы 40% рынка (60% отходит фирме X), и эти 60% также отмечены кружком. Лучший из выигрышей для фирмы Y — меньшая из цифр, обведённых кружком, в данном случае это 55% рынка, отдаваемых фирме X (*стратегия минимакса*).

Исход таков, что фирма X выберет для себя стратегию A, а фирма Y — стратегию P, и ни одна из фирм не будет склонна к изменению своего выбора.

ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ (theory of international trade) — часть экономической теории, посвященная исследованию факторов, определяющих МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ, СПЕЦИАЛИЗАЦИЮ и выгоды, получаемые от них. Теория рассматривает способы влияния различий между странами (с точки зрения затрат производства и структуры спроса) на объём, продуктовую и территориальную структуру международной торговли, а также на размер и распределение ВЫГОД ТОРГОВЛИ.

См. СРАВНИТЕЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО, ТЕОРИЯ СООТНОШЕНИЯ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА ХЕКШЕРА — ОЛИНА, ТЕОРИЯ СХОДСТВА ПРЕДПОЧТЕНИЙ, ТЕОРИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА, ТЕОРИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗРЫВА, ЯЩИК ЭДЖУОРТА.

ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (organization theory) — поведенческий подход к анализу процесса принятия решений внутри больших комплексных ОРГАНИЗАЦИЙ. Экономический анализ часто рассматривает ФИРМУ в качестве единицы принятия решений, пытающейся максимизировать прибыль. Напротив, теория организации предполагает, что в больших организациях решения принимаются децентрализованно, что эти решения обусловлены не только экономическими мотивами и что процесс принятия решений зависит от внутренней структуры компании или организации. Результатом этого являются неоптимальные или «удовлетворительные» решения, а не решения, приводящие к максимизации прибыли.

См. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ, ЦЕЛИ ФИРМЫ, ТЕОРИЯ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ, ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ.

ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (industrial economics or industrial organization) — раздел экономики, связанный с функционированием ЦЕНОВОЙ СИСТЕМЫ. Теория отраслевой организации изучает взаимоотношения между СТРУКТУРОЙ РЫНКА, РЫНОЧНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ и ДЕЙСТВЕННОСТЬЮ РЫНКА, используя подход ТЕОРИИ РЫНКОВ, но в эмпирическом и динамическом аспектах.

См. ПАРАДИГМА «СТРУКТУРА — ПОВЕДЕНИЕ — ДЕЙСТВЕННОСТЬ» РЫНКА.

ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ (purchasing-power parity theory) — теория определения ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ, которая постулирует, что в рамках СИСТЕМЫ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ валютные курсы корректируются таким образом, что компенсируют различия между темпами ИНФЛЯЦИИ в странах — торговых партнёрах, в результате чего восстанавливается РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА. Различные темпы инфляции приводят к изменению валютных курсов двумя путями. Первый относится к эффекту, оказываемому изменением соотношения цен на экспорт и импорт. Когда цены на продукт, производимый страной А, увеличиваются по отношению к ценам на тот же продукт, производимый страной В, потребители этого продукта стремятся заместить продукт А продуктом В, что выражается в уменьшении спроса на валюту страны А и увеличении спроса на валюту страны В. Это приведёт к ДЕВАЛЬВАЦИИ валюты А по отношению к валюте В. Таким образом, более высокий уровень цен в стране А «компенсируется» падением внешней ценности её валюты.

Второй путь, ведущий к изменению валютных курсов в ответ на различие темпов инфляции, связан со СПЕКУЛЯЦИЕЙ на ожидаемых изменениях валютного курса. Когда цены в стра-

не *A* увеличиваются по отношению к ценам в стране *B*, держатели портфелей иностранных валют и спекулянты, предчувствуя понижение ценности валюты (понижение её покупательной способности), стремятся избавиться от нее, опять-таки вызывая девальвацию этой валюты.

Таким образом, эта теория предсказывает, что различные темпы инфляции ведут к компенсирующим изменениям валютных курсов. Однако возможна также ситуация, когда изменения валютных курсов сами по себе могут приводить к различным темпам инфляции. Если, например, спрос неэластичен по цене, то девальвация валютного курса может привести к увеличению внутренней инфляции. Таким образом, здесь существует проблема причинной зависимости (см. ДЕВАЛЬВАЦИЯ).

См. также ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ АКТИВОВ.

ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ (theory of consumer behavior) — часть экономической теории, посвященная тому, как отдельные потребители распределяют свои доходы при покупке ТОВАРОВ и УСЛУГ. Основной постулат теории состоит в том, что потребители стремятся максимизировать ПОЛЕЗНОСТЬ, или удовлетворение, получаемое от расходования фиксированного дохода. Эта теория объясняет, почему КРИВАЯ СПРОСА имеет отрицательный наклон.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, УБЫВАЮЩАЯ ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ЭФФЕКТ ЦЕНЫ, ЭФФЕКТ ДОХОДА, ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ, ВЫЯВЛЕННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК.

ТЕОРИЯ ПОДОБИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЯ (preference/similarity theory) — объяснение МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ промышленными изделиями, в основе которого лежит потребительский спрос на разнообразие товаров. Примером может служить ЭКСПОРТ автомобилей из Великобритании с одновременным импортом автомобилей из Германии в Великобританию.

Теория постулирует, что отечественные производители специализируются в производстве продуктов, пользующихся спросом у большинства отечественных потребителей, но они также способны поставлять свою продукцию в другие страны, где она пользуется спросом у меньшего количества потребителей. С другой стороны, спрос на те продукты, которые требуются меньшинству потребителей страны, может быть вполне удовлетворён импортом из тех стран, в которых на эти изделия предъявляет спрос большинство потребителей. Так как класс товаров, пользующихся спросом, зависит от уровня дохода на душу населения, большая часть обменов промышленными изделиями происходит между странами со сходной отраслевой структурой,

каждая из которых экспортирует и импортирует в основном схожие товары. Разнообразие готовых изделий, доступных потребителям, благодаря торговле увеличивается, и выгоды, получаемые от торговли, растут, но не из-за снижения цен, как предполагается теорией СРАВНИТЕЛЬНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА, а вследствие расширения свободы потребительского выбора.

См. также ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ ТОРГОВЛЯ, ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

ТЕОРИЯ ПОРТФЕЛЯ (portfolio theory) — способ, с помощью которого отдельный инвестор теоретически может достигнуть максимальной ожидаемой доходности от ПОРТФЕЛЯ, составленного из различных ЦЕННЫХ БУМАГ, с заданной степенью РИСКА. Портфель ценных бумаг может обеспечить инвестору минимальный риск при заданном уровне ожидаемого дохода. Доход по ценным бумагам состоит из ПРОЦЕНТОВ или ДИВИДЕНДОВ плюс или минус любой КАПИТАЛЬНЫЙ ВЫИГРЫШ или потерю от держания ценной бумаги в течение определённого периода времени. *Ожидаемая* доходность набора ценных бумаг, составляющих портфель, является средневзвешенной величиной из ожидаемых доходностей отдельных ИНВЕСТИЦИЙ, которые формируют этот портфель. Важно, однако, что риск от обладания портфелем меньше, чем средневзвешенный риск от держания отдельных ценных бумаг.

См. также ГИПОТЕЗА ЭФФЕКТИВНЫХ РЫНКОВ, РИСК И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ.

ТЕОРИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (theory of supply) — часть экономической теории, посвященная исследованию факторов, определяющих рыночное ПРЕДЛОЖЕНИЕ ТОВАРОВ и УСЛУГ, и влиянию рыночного предложения (вместе с рыночным спросом) на цены и количества продаваемых и покупаемых на рынке отдельных товаров и услуг.

См. ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, СДВИГ КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА, УБЫВАЮЩАЯ ОТДАЧА, ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА, ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ, ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ, МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ, ТЕОРИЯ ФИРМЫ, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА.

ТЕОРИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ (marginal productivity theory of distribution) — теория ФУНКЦИОНАЛЬНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДА, согласно которой ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА (труд и т. д.) получают вознаграждение за свои услуги в производстве продуктов (зарботная плата и т. д.), равные их ПРЕДЕЛЬНОМУ ФАКТОРНОМУ ДОХОДУ.

ТЕОРИЯ РЫНКОВ (theory of markets) — часть экономической теории, посвященная тому, как редкие (см. РЕДКОСТЬ) ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА размещаются по многим товарным РЫНКАМ. Особенное внимание в этой теории уделяется вопросам определения цен и выпусков товаров и услуг, ценам на факторы производства и использованию последних.

Теория рынков различает типы рынков в соответствии с их рыночной структурой. Главное структурное отличие — степень КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ и относительные размеры рынков. Другие структурные особенности, которым уделяется внимание, относятся к характеру предлагаемого товара (существует ли ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА или же это ОДНОРОДНЫЙ ПРОДУКТ) и к УСЛОВИЯМ ВХОДА в эту отрасль. Выделяя эти структурные различия, теория исследует, каким образом рыночная структура во взаимодействии с РЫНОЧНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ порождает конкретные формы ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА.

См. также СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ОЛИГОПОЛИЯ, МОНОПОЛИЯ, РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ, ПАРАДИГМА «СТРУКТУРА РЫНКА — ПОВЕДЕНИЕ — РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ», РЫНОК ФАКТОРОВ, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА, ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО.

ТЕОРИЯ СООТНОШЕНИЯ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА ХЕКШЕРА—ОЛИНА (Heckscher-Ohlin factor proportions theory) — объяснение сравнительного преимущества в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ, основанное на различиях в обеспеченности разных стран факторами производства.

Рассмотрим ситуацию, в которой две страны (А и В) производят два товара (Х и Y). Предположим, страна А наделена в избытке рабочей силой, но испытывает недостаток капитала. В стране В, напротив, избыток капитала и недостаток рабочей силы. Следовательно, в стране А стоимость труда низка по сравнению со стоимостью капитала, в то время как в стране В стоимость капитала низка по сравнению со стоимостью труда. Предположим, производство товара Х капиталоемкое, а производство товара Y трудоёмкое.

При наличии такого столь различного соотношения трудоёмкости и капиталоемкости сама собой напрашивается следующая гипотеза о структуре международной торговли: страна А обладает сравнительными преимуществами в производстве товара Y, поскольку оно требует больших затрат относительно дешёвого для данной страны фактора (труда). Страна будет специализироваться в производстве товара Y, экспортируя его в обмен на импорт товара X, в производстве которого у неё нет сравнительных преимуществ.

Страна В имеет сравнительное преимущество в производстве товара X, так как оно в большей степени использует относительно дешёвый в этой стране фактор (капитал). Эта страна будет специализироваться на производстве товара X, экспортируя его в обмен на товар Y.

Теория Хекшера—Олина даёт *статическую* интерпретацию международной торговли, предполагающую идентичность производственных функций в разных странах. Эта теория не учитывает влияние динамических изменений технологий на сравнительные преимущества, так же как и не принимает во внимание воздействие СПРОСА и ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА на структуру международной торговли.

См. ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ, ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

ТЕОРИЯ СПРОСА (theory of demand) — часть экономической теории, посвящённая исследованию факторов, определяющих рыночный СПРОС на ТОВАРЫ и УСЛУГИ, и влияние рыночного спроса (вместе с рыночным предложением) на цены и количества осуществляемых сделок с товарами и услугами.

См. ФУНКЦИЯ СПРОСА, КРИВАЯ СПРОСА, СДВИГ КРИВОЙ СПРОСА, ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА, ОБЩАЯ ВЫРУЧКА, ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА, ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА ОТ ПРЕДЕЛЬНОГО ПРОДУКТА, РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА, РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА.

ТЕОРИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗРЫВА (technological-gap theory) — теория, объясняющая изменения в структуре МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ на основании изучения динамики появления и распространения технологических и продуктовых НОВОВВЕДЕНИЙ. Технологически развитые страны с высокой склонностью к нововведениям (такие, как Япония) способны достигнуть торговых преимуществ, обладая возможностью выводить на мировой рынок новые сложные продукты, которые другие страны при данном уровне развития не могут произвести. Однако с течением времени технология распространяется и внедряется в других странах, после чего и они становятся в состоянии производить такие или подобные продукты в своих интересах. Торговля, таким образом, по истечении «лага подражания» расширяется.

См. ТЕОРИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА, ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

ТЕОРИЯ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ (satisficing theory) — ТЕОРИЯ ФИРМЫ, утверждающая, что фирмы, как правило, стараются обеспечить себе «удовлетворительную» прибыль (а не максимальную прибыль, как постулирует традиционная теория фирм).

мы), при этом другим целям — увеличению объёма продаж, сегмента рынка или размера фирмы — может придаваться равное или большее значение, чем прибылям. Специалисты в области теории организации считают, что поведение, направленное на обеспечение «удовлетворительной» прибыли (*satisficing behaviour*), чаще встречается в крупных, иерархических организациях, где нормой является согласованное принятие решений, примиряющее различные позиции разных групп внутри данной организации, нежели в постановке целей отдельным ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ.

Недостаток такого подхода к поведению фирмы состоит в том, что невозможно однозначно определить значение термина «удовлетворительный» и, следовательно, создать *общую* теорию фирмы. Например, уровень прибыли, который рассматривается как «удовлетворительный» одной фирмой, для какой-нибудь другой фирмы может показаться слишком низким. Таким образом, предсказательные возможности теории удовлетворённости весьма ограничены.

См. также МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ, ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.

ТЕОРИЯ ФИРМЫ (*theory of the firm*) — часть экономической теории, посвящённая тому, как отдельные фирмы соединяют определённые количества ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА для ВЫПУСКА товаров и услуг и принимают решения, связанные с объёмом выпуска и ценой. Основное предположение теории заключается в том, что целью фирмы является МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ. Эта теория объясняет, почему КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ имеет положительный наклон.

См. ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ВЫРУЧКА ОТ ПРОДАЖИ ПРЕДЕЛЬНОГО ПРОДУКТА, ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ, ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ВЫРУЧКА, ЦЕЛИ ФИРМЫ, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ.

ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ АКТИВОВ (ОБЪЯСНЯЮЩАЯ ВАЛЮТНЫЙ КУРС) (*asset-value theory (of exchange rate determination)*) — объяснение непостоянства валютного КУРСА при СИСТЕМЕ ПЛАВАЮЩИХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ. В то время как ТЕОРИЯ ПАРИТЕТА ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ утверждает, что СПЕКУЛЯЦИЯ совместима с достижением РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, теория ценности активов полагает, что это не так. Согласно этой теории, валютный курс есть цена актива (относительная цена), при которой зарубежные и отечественные держатели активов будут охотно хранить деньги, векселя, облигации и другие финансовые активы этой страны. Фактическая пере-

мена валютного курса или изменение ожиданий по поводу будущего курса могут вынудить держателей активов к изменению своих портфелей. Возникающее в связи с этим изменение спроса на иностранную валюту относительно спроса на национальную валюту может подчас вызывать резкие колебания валютных курсов. Кроме того, неопределённость по поводу будущих рыночных курсов и нежелание банков и других крупных финансовых участников валютных рынков держать крупные суммы в определённых валютах (особенно в МЯГКИХ ВАЛЮТАХ) могут уменьшить фонды для стабилизирующей спекуляции, которые могли бы снизить или подавить хаотические колебания валютного курса.

Если бы все это имело место, то маневрирование с финансовыми активами, по-видимому, усилило бы и *увеличило* колебания валютного курса, порожденные сделками по счёту текущих операций (т. е. изменениями экспорта и импорта), и в результате могло бы привести к установлению таких валютных курсов, которые были бы несовместимы с эффективным долгосрочным равновесием платёжного баланса.

ТЕОРИЯ ЦЕНЫ (price theory) — часть микроэкономической теории (см. МИКРОЭКОНОМИКА), связанная с определением РАВНОВЕСНЫХ РЫНОЧНЫХ ЦЕН и равновесных объёмов товаров и услуг.

См. ТЕОРИЯ СПРОСА, ТЕОРИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ТЕОРИЯ ФИРМЫ.

ТЕОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ (development economics) — отрасль экономической науки, занимающаяся объяснением процессов, в ходе которых РАЗВИВАЮЩАЯСЯ СТРАНА увеличивает свои производственные мощности (и в аграрном, и в промышленном секторах), чтобы достигнуть устойчивого ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

Основное внимание теории экономического развития концентрируется на способе достижения такого роста. Например, возникает вопрос о том, следует ли развивать сельское хозяйство наравне с промышленностью, или можно допустить, чтобы лидирующие отрасли ушли вперед, ведя за собой все остальные сектора народного хозяйства. Еще один противоречивый вопрос: применяют ли недостаточно развитые страны наиболее подходящую для себя технологию. Многие экономисты считают наиболее подходящей промежуточную технологию, а не самую совершенную, при которой для управления сверхсовременными заводами нужны западные технологи и управляющие. При попытке прорыва в область устойчивого экономического роста существенны также социокультурные факторы.

См. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ, МОЛОДАЯ ОТРАСЛЬ.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗРАБОТИЦА (technological unemployment) — БЕЗРАБОТИЦА, возникающая в результате АВТОМАТИЗАЦИИ производственной деятельности. Автоматизация приводит к увеличению ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ труда, снижая количество труда, необходимое для производства и распределения продукта, и некоторое количество рабочей силы оказывается в результате этого незанятым. При увеличении спроса (в результате снижения затрат на производство продуктов и их цен) безработица может не появиться, если прежнее количество рабочей силы будет производить больший объём продукции (а не уменьшенное количество рабочей силы прежний объём продукции). Вдобавок технологические изменения могут сделать вообще ненужными отдельные профессии.

Правительственные программы помощи и переподготовка рабочей силы могут в некоторой степени смягчить проблему технологической безработицы.

См. СТРУКТУРНАЯ БЕЗРАБОТИЦА, ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ (technological progressiveness) — одна из характеристик ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА, которая показывает степень разработки и внедрения фирмами новых и усовершенствованных продуктов и технологий производства и распределения. Радикальные ИЗОБРЕТЕНИЯ и НОВОВВЕДЕНИЯ делают возможным сокращение затрат на производство и реализацию товара, а следовательно, позволяют уменьшить цену предложения для потребителя. См. рис. 125а.

В теории затрат предполагается, что фирмы действуют в пределах существующих технологических возможностей в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ и в ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ, но в СВЕРХДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ технологическая прогрессивность изменяет условия, определяющие уровень затрат. Например, на рис. 125б показано, как время и затраты, необходимые для обработки информации, сокращались благодаря усовершенствованию компьютерной технологии.

Технологическая прогрессивность на макроэкономическом уровне влияет на темп ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

См. также МОНОПОЛИЯ, ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТА, ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ, МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОЛОУ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗРАБОТИЦА, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, АВТОМАТИЗАЦИЯ.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ (technological efficiency) — характеристика ПРОИЗВОДСТВА, определяющая в натуральном выражении оптимальное (лучшее из всех возможных)

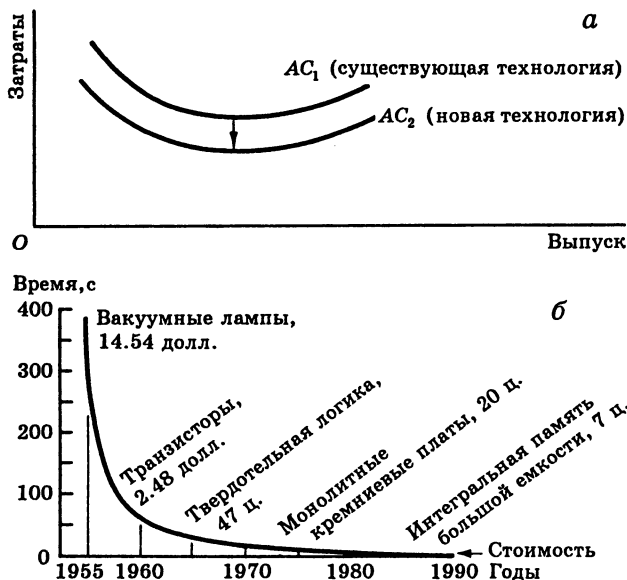


Рис. 125. Технологическая прогрессивность. а. Снижение кривой средних затрат фирмы в длительном периоде как результат технологического прогресса. б. Прогресс в компьютерной технологии. Время и стоимость компьютерного выполнения 1700 стандартных операций обработки данных. (Источник: IBM, приведено по Financial Times, 15 Febr. 1991).

сочетание ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, используемое для производства некоторого заданного уровня ВЫПУСКА.

См. ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЛУЧ (process ray) — линия, обозначающая путь, по которому может следовать фирма, изменяющая ВЫПУСК при условии, что ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА используются в данном производственном процессе в фиксированных пропорциях. На рис. 126 показаны три возможные альтернативы для фирмы, которая может выбирать между тремя производственными процессами — А, В и С, каждый из которых использует капитал и труд в фиксированных пропорциях. Если фирма хочет производить, скажем, 100 единиц продукции за определённый период времени, она может достичь этого в точке *d*, используя процесс А, или в точке *e*, используя процесс В, или в точке *f*, используя процесс С. Однако фирма не может выбирать комбинации факторов расхода на линиях, соединя-

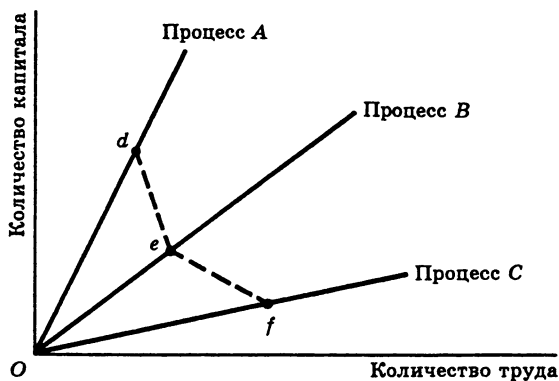


Рис. 126. Технологический луч.

ющих точки d , e , и f , так как такие промежуточные комбинации технически неосуществимы.

См. ИЗОКВАНТА, КАРТА ИЗОКВАНТ, ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ.

ТЕХНОЛОГИЯ (technology) — применение научных и технических знаний для усовершенствования производственных процессов и продуктов.

См. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

ТОВАР (commodity) — см. БЛАГА.

ТОВАР ГИФФЕНА (Giffen good) — БЛАГО, спрос на которое растёт при повышении его цены, а не падает, как следует из общей теории СПРОСА. Это положение применимо лишь для особых товаров (см. НЕПОЛНОЦЕННЫЙ ТОВАР), которые составляют столь высокую долю в бюджете домохозяйств, что повышение цены вызывает сильный отрицательный ЭФФЕКТ ДОХОДА, который полностью превосходит нормальный ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ.

См. ЭФФЕКТ ЦЕНЫ, КРИВАЯ СПРОСА С ПОЛОЖИТЕЛЬНЫМ НАКЛОНОМ.

ТОВАР ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (durable good) — ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ТОВАР, такой как автомобиль, и КАПИТАЛЬНОЕ БЛАГО, такое как станок, которые потребляются не мгновенно, а на протяжении относительно длительного времени. Ср. ТОВАР КРАТКОСРОЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ.

ТОВАР КРАТКОСРОЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (nondurable good) — ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ТОВАР, такой как овощи, и некоторые ТОВАРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ, такие как литейные формы, которые используются в течение короткого периода, а не длительного времени.

ТОВАР ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ (staple product) — какое-либо БЛАГО, потребление которого существенно не изменяется при изменениях ДОХОДА. К таким благам прежде всего относятся основные продукты питания, например картофель и хлеб. Товары первой необходимости характеризуются ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА ПО ДОХОДУ, меньшей единицы. Это означает, что с ростом дохода его доля, расходуемая на приобретение этих продуктов, уменьшается. Ср. ПРЕДМЕТЫ РОСКОШИ.

См. также ЗАКОН ЭНГЕЛЯ, НОРМАЛЬНЫЙ ТОВАР, НЕПОЛНОЦЕННЫЙ ТОВАР, ТОВАР ГИФФЕНА.

ТОВАРНЫЕ СТАНДАРТЫ, или СТАНДАРТЫ НА ПРОДУКЦИЮ (product standards) — минимальные национальные требования к исполнению и составу продукта, которые установлены законодательно для того, чтобы защитить здоровье и безопасность потребителей. В совокупности все национальные стандарты, которым должен удовлетворять ИМПОРТ, могут служить формой ПРОТЕКЦИОНИЗМА.

ТОВАРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ (producer goods) — КАПИТАЛЬНЫЕ БЛАГА и другие товары, такие как топливо и смазка, которые используются как ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА, в противоположность тем продуктам, которые продаются непосредственно потребителям. Ср. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ.

ТОЖДЕСТВО (identity) — арифметическое представление постоянного равенства между двумя (или более) ПЕРЕМЕННЫМИ, которые равны друг другу в силу определения. Например, 1 ф. ст. = 100 пенсам (или 1 долл. = 100 центам), и, независимо от того, сколько фунтов (или долларов) у нас есть, они всегда могут быть преобразованы в пенсы (или центы) умножением на сто. Тождества обычно изображаются специальным знаком — тремя чертами ($\equiv$), чтобы показать, что правая часть тождественно равна левой. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ даёт один из хорошо известных примеров тождества в экономике:

$$M \cdot V \equiv P \cdot T,$$

где M — денежная масса, V — скорость обращения денег, P — общий уровень цен и T — объём осуществленных сделок.

ТОРГОВАЯ АССОЦИАЦИЯ (trade association) — некоторая центральная организация, представляющая интересы фирм, действующих в одной области. Торговые ассоциации собирают статистику, отражающую производство данной отрасли, объём продаж, экспорт и т. д., для предоставления фирмам — членам ассоциации, устраивает встречи для обсуждения торговых дел, поддерживает связь с другими торговыми организациями и

правительственными учреждениями по вопросам, представляющим взаимный интерес.

ТОРГОВАЯ ВОЙНА (trade war) — ситуация, при которой страны, участвующие в МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ, пытаются снизить количество конкурирующего ИМПОРТА с помощью ИМПОРТНЫХ ПОШЛИН, КВОТ и других ограничений импорта и увеличивают объём собственного ЭКСПОРТА за счёт создания СТИМУЛОВ к ЭКСПОРТУ. Такая ПОЛИТИКА РАЗОРЕНИЯ СОСЕДА, влекущая за собой эскалацию ПРОТЕКЦИОНИЗМА, обычно является саморазрушительной, ведущей к падению общего объёма международной торговли и уровней доходов в мире.

ТОРГОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ (trade integration) — установление свободы торговли между несколькими странами с целью получения выгод от МЕЖДУНАРОДНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ. Существуют четыре основные формы торговой интеграции, начиная от свободной ассоциации торговых партнёров до полностью интегрированной группы государств:

(а) **ЗОНА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ**, страны-участники которой устраняют торговые барьеры между собой, но каждая продолжает сохранять свои прежние барьеры в торговле с другими странами;

(б) **ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ**, члены которого устраняют торговые барьеры между собой и устанавливают одинаковые барьеры в торговле с остальными странами, в частности некоторый общий внешний тариф;

(в) **ОБЩИЙ РЫНОК**, т. е. таможенный союз, который также обеспечивает свободное движение труда и капитала через национальные границы;

(г) **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ**, т. е. общий рынок, который также обеспечивает объединение общих целей состоящих в нем стран по отношению к экономическому росту и т. д. и гармонизацию денежной, налоговой и др. политики.

См. также **ВЫГОДЫ ТОРГОВЛИ**.

ТОРГОВАЯ МАРКА (brand) — оригинальное название, графическое изображение или символ, даваемые производителем своему продукту, чтобы он отличался от продуктов конкурентов. Торговые марки являются важным моментом ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА.

В большинстве стран торговые марки и товарные знаки должны быть зарегистрированы центральными властями для того, чтобы гарантировать их исключительное применение к единственному, конкретному продукту. Это помогает потребителю идентифицировать данный продукт при покупке и, таким обра-

зом, защищает производителей от недобросовестных имитаторов их продукции.

См. ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ПЕРЕНЕСЕНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ.

ТОРГОВАЯ ПАЛАТА (chamber of commerce) — организация, которая функционирует главным образом для обслуживания потребностей деловых кругов в отдельных городах и промышленных районах. Торговые палаты проводят собрания местных предпринимателей, на которых обсуждаются интересующие их вопросы, и предоставляют своим членам (особенно представителям малого бизнеса) ряд услуг. В Великобритании, например, эти услуги включают предоставление информации о деловых возможностях на местном и национальном уровнях, а также (во взаимодействии с ДЕПАРТАМЕНТОМ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ) оказание консультативных услуг по организации экспорта, предоставление сведений о рынках сбыта за границей и т. д.

ТОРГОВАЯ СКИДКА (trade discount) — см. СКИДКА.

ТОРГОВЛЯ НАБОРАМИ — см. СВЯЗАННЫЕ ПРОДАЖИ.

ТОРГОВЫЕ ЗАТРАТЫ (ИЗДЕРЖКИ) (selling cost) — расходы, осуществляемые производителями для создания и поддержания спроса на свою продукцию. Торговые затраты включают в себя расходы на РЕКЛАМУ; расходы на упаковку и внешнее оформление изделий; жалованье, комиссионные и командировочные расходы торгового персонала; расходы на содержание магазинов и демонстрационных залов.

См. также ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ.

ТОРГОВЫЕ ТАЛОНЫ (trading stamps) — форма ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА, при которой розничный торговец даёт покупателям талоны, соответствующие стоимости осуществляемых покупок, которые затем могут быть обменены на товары или наличные деньги.

ТОРГОВЫЙ БАЛАНС (balance of trade) — отчёт о торговле страны (видимые статьи, материальные БЛАГА) с остальным миром за определённый период времени. В понятие «торговый баланс» не входит торговля услугами (невидимые статьи). Оно включает в себя поступления и платежи в иностранной валюте, связанные с торговлей промышленными товарами, полуфабрикатами и сырьём, которые таможенные власти могут увидеть и зарегистрировать при пересечении ими национальных границ.

ТОРГОВЫЙ БАНК (merchant bank) — БАНК, предлагающий ряд финансовых возможностей и услуг клиентам. Торговые банки занимаются финансированием торговли в форме акцептования ПЕРЕВОДНЫХ ВЕКСЕЛЕЙ импортёрам и экспортёрам для покрытия издержек транзита продуктов; инвестиционным менеджментом, операциями с фондовыми ценностями, СОЗДАНИЕМ РЫНКА и корпоративными финансами (см. РИСКОВЫЙ КАПИТАЛ). В последнем случае торговые банки размещают новые выпуски АКЦИЙ от имени корпораций-клиентов (см. ВЫПУСК АКЦИЙ) и осуществляют ГАРАНТИРОВАНИЕ этих выпусков. Торговые банки в наше время играют особенно важную роль в консультировании корпораций по вопросам тактики ПОГЛОЩЕНИЙ и СЛИЯНИЙ и в объединении финансовых условий и других деталей этих операций.

См. БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА.

ТОРГОВЫЙ БАРЬЕР (trade barrier) — см. ОГРАНИЧЕНИЕ ИМПОРТА.

ТОРГОВЫЙ ДЕФИЦИТ (trade gap) — дефицит в ТОРГОВОМ БАЛАНСЕ, который возникает, когда стоимость «ВИДИМОГО» ЭКСПОРТА товаров данной страны меньше, чем стоимость её «ВИДИМОГО» ИМПОРТА. Торговый дефицит как таковой может не иметь существенного значения, если он покрывается излишком, имеющим другой источник в ПЛАТЁЖНОМ БАЛАНСЕ.

См. УСЛОВИЯ ТОРГОВЛИ, РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

ТОРГОВЫЙ ДОЛГ (trade debt) — соглашение об отсрочке платежа, по которому покупателю даётся определённый период времени для оплаты товара после его получения.

См. также ДОЛГ, ДОЛЖНИКИ, КАПИТАЛ.

ТОРГОВЫЙ ЗНАК (trade mark) — символ (слово или изображение), который используется предприятием для отличия своего товара или услуги от подобных товаров или услуг, предлагаемых другими предприятиями (см. ТОРГОВАЯ МАРКА.)

В Великобритании, согласно Закону о торговых марках 1938 г. и Закону о торговых марках 1984 г. (поправки), торговые марки могут быть зарегистрированы ПАТЕНТНЫМ УПРАВЛЕНИЕМ для получения исключительных прав на использование этой марки.

Торговые марки защищают зарегистрированного собственника от нечестной конкуренции (пиратства) и являются важным средством создания конкурентных преимуществ, связанных с ДИФФЕРЕНЦИАЦИЕЙ ПРОДУКТА. Кроме того, они предоставляют потребителям возможность однозначно идентифицировать выбираемый ими продукт.

См. ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ.

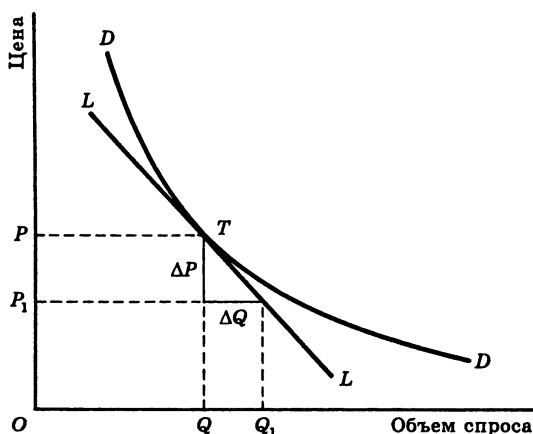


Рис. 127. Точечная эластичность.

ТОРГОВЫЙ КРЕДИТ (trade credit) — соглашение об отсрочке платежа, по которому поставщик позволяет покупателю осуществлять платёж в течение определённого периода времени (обычно два или три месяца) после получения товара.

См. также КРЕДИТ, КРЕДИТОРЫ, ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ.

ТОРГОВЫЙ ЦИКЛ (trade cycle) — см. ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ.

ТОЧЕЧНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ (point elasticity) — точный показатель чувствительности СПРОСА или ПРЕДЛОЖЕНИЯ к изменениям ЦЕН, ДОХОДОВ и т. д. Для ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ точечная эластичность может быть выражена следующим образом:

$$E = \lim_{\delta P \rightarrow 0} \frac{\delta Q}{\delta P},$$

где E — эластичность спроса по цене, δQ — относительное изменение объёма спроса, δP — относительное изменение цены:

$$\delta P = \frac{\Delta P}{P}, \quad \delta Q = \frac{\Delta Q}{Q}.$$

Так как КРИВАЯ СПРОСА имеет отрицательный наклон, ΔQ имеет знак, противоположный знаку ΔP , так что эластичность спроса всегда отрицательна. Абсолютное значение E обозначает степень чувствительности и лежит в интервале от нуля до бесконечности. Пример определения точечной эластичности представлен на рис. 127.

Для измерения эластичности при определённой цене P необходимо определить наклон кривой спроса в точке T , т. е. наклон касательной (LL) к кривой спроса в этой точке. Когда приращение цены (ΔP) очень мало, приращение объёма (ΔQ), измеренное по касательной LL , приближается к фактическому. Из этого следует, что формула точечной эластичности будет выглядеть следующим образом:

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}.$$

Когда абсолютное значение E больше единицы, спрос является эластичным, при абсолютном значении E меньше единицы, но больше нуля спрос неэластичен.

См. также ДУГОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ.

«ТОЧНАЯ НАСТРОЙКА» (fine-tuning) — краткосрочный интервенционистский подход к экономике, использующий кредитно-денежные и налогово-бюджетные мероприятия для контроля колебаний СОВОКУПНОГО СПРОСА с целью минимизации отклонений от задач МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ. Применение «точной настройки», однако, связано с проблемами точного ПРОГНОЗИРОВАНИЯ колебаний экономической активности и оценки объёма и расчёта времени антициклических мероприятий.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

ТРАНЗИТНАЯ ТОРГОВЛЯ (entrepot trade) — коммерческая операция, в ходе которой товары импортируются в одну страну и реэкспортируются в другие страны, не будучи реализованными в импортирующей стране (см. ИМПОРТ, ЭКСПОРТ).

Транзитная торговля в основном ограничивается СЫРЬЁМ типа чая и олова, когда ПОСРЕДНИК, находящийся в центре торговли определённым первичным благом (например, в случае чая и олова — в Лондоне), может организовать сбыт этого товара и его доставку в страны своих клиентов.

ТРАНСАКЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ (transaction cost) — затраты, возникающие при использовании РЫНКА для покупки и продажи ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА и КОНЕЧНЫХ ПРОДУКТОВ. Транзакционные затраты включают в себя затраты на поиск поставщиков или потребителей, на заключение контрактов с ними, на контроль за соблюдением контрактов, юридическую защиту и т. д., а также затраты, связанные с несовершенствами рынка (например, трудности получения информации о ценах и каче-

стве товаров, ненадежные источники поставок, ограничения на количество точек розничной торговли).

См. также ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ.

ТРАНСАКЦИОННЫЙ СПРОС НА ДЕНЬГИ (transaction demand for money) — спрос на ДЕНЬГИ, которые хранятся для финансирования ежедневных расходов между периодическими получениями ДОХОДА (т. е. недельной заработной платой, месячным жалованьем). Количество денег, хранимое для этих целей, зависит от уровня доходов (и расходов). Трансакционный спрос на деньги вместе со СПРОСОМ НА ДЕНЬГИ ИЗ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ (для покрытия непредвиденных расходов) и СПЕКУЛЯТИВНЫМ СПРОСОМ НА ДЕНЬГИ (для покупки ЦЕННЫХ БУМАГ в ожидании изменения их цены) составляет спрос на деньги.

См. ГРАФИК СПРОСА НА ДЕНЬГИ, ПРЕДПОЧТЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ, ГРАФИК «ЛИКВИДНОСТЬ — ДЕНЬГИ» (LM).

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ КОМПАНИЯ, или МНОГОНАЦИОНАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ (multinational company (MNC) or multinational enterprise (MNE)) — фирма, владеющая производственными, торговыми и другими приносящими доход активами в нескольких странах. Прямое зарубежное инвестирование транснациональной компанией в создание или приобретение иностранных сырьевых ресурсов и компонент, производственных мощностей, торговых филиалов обусловлено большей эффективностью затрат и прибыльностью получения сырьевых ресурсов и обслуживания рынков при непосредственном присутствии фирмы в ряде регионов по сравнению с ориентацией исключительно на отечественную базу и на ИМПОРТ и ЭКСПОРТ как основу международных операций фирмы.

Фирма может добиваться различных КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ над конкурентами-производителями (специфические преимущества фирмы), обладая запатентованным технологическим процессом или уникальной торговой маркой, которые она может лучше использовать и защищать путём приобретения собственных рынков сбыта за рубежом. Прямое инвестирование позволяет фирме сократить издержки обращения и лучше учитывать местные рыночные условия — изменения вкусов потребителей, действия конкурентов и т. д. Кроме того, прямое инвестирование позволяет фирме избежать государственных ограничений доступа на рынок, например ИМПОРТНЫХ ПОШЛИН и КВОТ, а также получать другие специфические для данной страны преимущества, а именно: возможность получения государственных денежных дотаций и субсидий на внутренние инвестирования. В отношении исходных сырьевых ресурсов

прямое инвестирование позволяет транснациональной компании использовать преимущество низких издержек на оплату труда в некоторых странах, а также обеспечивает доступ к передовым технологиям.

См. ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ, ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА, ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ.

ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА (transfer price) — внутренняя цена, по которой ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА и ПРОДУКТЫ обмениваются между отделениями или филиалами интегрированной фирмы (см. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ). Цена может устанавливаться либо с ориентацией на цены, наблюдаемые на внешних рынках факторов производства и продуктов (*ценообразование на расстоянии*), либо может управляться (см. УПРАВЛЯЕМАЯ ЦЕНА) в соответствии с некоторым внутренним порядком учёта (например, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПО ПРИНЦИПУ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ).

При трансфертном ценообразовании фирма более осторожна в установлении цен на свои продукты и вполне может поддаться соблазну использовать манипулятивное трансфертное ценообразование для нанесения ущерба конкурентам (например, ЦЕНОВОМУ СЖАТИЮ неинтегрированной фирмы-конкурента), а в случае ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ — для раздувания своих прибылей (например, при передаче факторов или продукта через границы трансфертные цены могут быть установлены таким образом, что большую часть прибылей фирма будет получать в странах с низким уровнем налогообложения).

См. ИНТЕРНАЛИЗАЦИЯ, НАЛОГОВАЯ ГАВАНЬ, ТЕНЕВАЯ ЦЕНА.

ТРАНСФЕРТНЫЕ ПЛАТЕЖИ (transfer payments) — расходы государства, в обмен на которые оно не получает никаких ТОВАРОВ и УСЛУГ. Главным образом такие платежи предполагают перераспределение дохода от одной группы лиц (налогоплательщиков) к другой группе лиц в форме социальных выплат, например ПОСОБИЙ ПО БЕЗРАБОТИЦЕ, СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ПЕНСИЙ по старости и т. д.

Так как трансфертные платежи осуществляются не в обмен на товары и услуги (т. е. ничего не добавляют к общему выпуску), они не учитываются при ИСЧИСЛЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, который численно равен национальному продукту.

См. также ГОСУДАРСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ, ГОСУДАРСТВО БЛАГОСОСТОЯНИЯ, КОЭФФИЦИЕНТ НАГРУЗКИ.

ТРАСТ (trust) — активы, хранимые и управляемые *доверенным лицом* в интересах индивида или группы. Хотя эти активы хранятся по доверенности, получатели дохода не имеют кон-

троля над ними. В Великобритании траст широко использовался для уменьшения воздействия налогов на доход и богатство.

ТРЕБОВАНИЕ ПОЛНОГО АССОРТИМЕНТА (full line forcing) — одна из форм ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПРАКТИКИ, при которой производитель требует от розничного торговца принять у него все товары, входящие в определённую первым номенклатуру изделий, ограничивая тем самым свободу розничного торговца в выборе ассортимента товаров, в который торговец мог бы включить и продукцию конкурирующих производителей, если она в большей степени отвечает его требованиям.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ.

ТРЕНД (trend) — тенденция изменения уровней ВРЕМЕННОГО РЯДА.

См. АНАЛИЗ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ, ДОЛГОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ.

ТРЕСТ (trust) — (ранее в США) способ организации КАРТЕЛЕЙ, вызвавший создание АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА.

ТРЕТЕЙСКИЙ СУД (АРБИТРАЖ) (arbitration) — процедура улаживания конфликтов, особенно ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОНФЛИКТОВ, в которых нейтральная третья сторона, или арбитр, после заслушивания всех участников конфликта налагает на каждую сторону определённые обязательства. К арбитражному разбирательству прибегают главным образом как к последнему средству, когда обычные переговоры не смогли привести стороны к согласию. В Великобритании эту функцию исполняет КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ, АРБИТРАЖНАЯ И ЭКСПЕРТНАЯ СЛУЖБА.

См. ПОСРЕДНИЧЕСТВО, ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ, ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ.

ТРИ «И» (three i's (formerly)) — от англ. investors in industry («инвесторы в промышленность») — ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ, находящаяся в собственности КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ, которая предоставляет заёмный и собственный капитал под рискованные проекты.

См. РИСКОВЫЙ КАПИТАЛ.

ТРУД (labour) — вклад рабочей силы в производственную деятельность как в физическом (например, сборка автомобилей), так и в умственном (например, разработка системы управления) плане. Труд — один из трёх основных ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА наряду с ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ и КАПИТАЛОМ.

См. также ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.

ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ (labour theory of value) — теория, разработанная экономистами-классиками (в частности, А. СМИТОМ и Д. РИКАРДО). Эта теория основывается на предполо-

жении, что ценность БЛАГА определяется количеством труда, необходимого для производства этого блага. Таким образом, соотношение равновесных цен двух товаров прямо пропорционально затратам труда в производстве этих товаров.

Смит был первым, кто выдвинул трудовую теорию ценности, хотя он и признавал, что ценность товара должна определяться также и стоимостью других ресурсов: РЕНТОЙ, ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТОЙ и ПРИБЫЛЬЮ, даже если труд составляет большую часть конечной стоимости товара. Рикардо также допускал, что прибыль и рента должны приниматься в расчёт, но утверждал, что это ничуть не умаляет определяющей роли затрат труда в определении обменного соотношения между двумя благами. К. МАРКС развил идеи Рикардо, разложив трудовую ценность на три составные части: «постоянный капитал» (капитал, вложенный в производство), «переменный капитал» (затраты на оплату труда) и «прибавочную стоимость» (величина, на которую ценность превышает сумму затрат труда и капитала в производственном процессе). Там, где есть прибавочная стоимость, имеет место эксплуатация труда, так как работники получают за свой труд меньше полной ценности, созданной их трудом.

На смену трудовой теории ценности в конце XIX в. пришла ТЕОРИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ, которая позволяет учитывать затраты всех факторов, а не только труда, в производственном процессе.

См. КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.

ТРУДОВОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО (employment laws) — свод законов, регулирующих отношения между работодателями и работниками и порядок разрешения ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОНФЛИКТОВ. Трудовое законодательство Великобритании предусматривает такие права отдельных работников, как право на защиту от несправедливого увольнения, право на установленные законом выходные пособия и т. д. Трудовое законодательство Великобритании регламентирует использование процедур ТРЕТЕЙСКОГО СУДА и ПРИМИРЕНИЯ для урегулирования производственных конфликтов и запрещает определённые виды действий, которые могут использоваться сторонами в процессе производственного конфликта, например некоторые формы ПИКЕТИРОВАНИЯ (см. ПИКЕТЧИК).

Последние британские законы о занятости 1980, 1982, 1988 и 1989 гг. ограничили влияние ПРОФСОЮЗОВ, в частности сделав их юридически ответственными за убытки, которые несут работодатели в процессе производственных конфликтов, и заставив их проводить тайное голосование перед началом забастовки.

стиков, а также защищая права тех членов профсоюзов, которые отказываются бастовать. Эти меры приняты для того, чтобы уменьшить монопольную власть профсоюзов как поставщиков рабочей силы и тем самым сделать РЫНКИ ТРУДА более гибкими.

См. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ТРУДОВОЙ ДОГОВОР (employment contract) — контракт между РАБОТНИКОМ и компанией, на которую он работает. В нём определены условия труда, регулирующие деятельность этого работника. Трудовые договоры директоров и старших администраторов называются служебными контрактами; они часто предусматривают выплату большого выходного пособия в случае преждевременного увольнения.

ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ (industrial relations) — каждодневные взаимоотношения между работодателями и наёмными работниками, а также более официальные процедуры и институты, посредством которых две эти группы определяют величину ОПЛАТЫ и условия найма. ПЕРЕГОВОРЫ О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОГОВОРЕ — одно из главных средств, применяемых для определения уровня оплаты и условий найма; если же работодатели и рабочие не приходят к соглашению на переговорах, может возникнуть ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОНФЛИКТ, в частности ЗАБАСТОВКИ и ЛОКАУТЫ, продолжающиеся до тех пор, пока обе стороны не найдут таких альтернативных способов разрешения конфликтов, как ПРИМИРЕНИЕ, ПОСРЕДНИЧЕСТВО и ТРЕТЕЙСКИЙ СУД.

Общее состояние взаимоотношений между управляющими и наёмными работниками, часто объединёнными в ПРОФСОЮЗЫ, может существенно влиять на эффективность экономики и конкурентоспособность, а также на уровень общего благосостояния. Неразвитые трудовые отношения могут привести к неэффективному использованию трудовых ресурсов, характеризующемуся низкой мобильностью труда и ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТРУДОВОЙ ПРАКТИКОЙ (раздувание штатов, демаркационные ограничения). Все это уменьшает ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ. К тому же забастовки, приводящие к потере рабочего времени, могут серьезно нарушить нормальный ритм производства и привести к снижению объёма выпуска. Потенциальные конфликты между работодателями и работниками по поводу величины оплаты и условий найма являются частью непрерывного «перетягивания каната» из-за доли НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, относящейся соответственно к КАПИТАЛУ или ТРУДУ.

Ввиду важности сохранения благоприятных трудовых отношений для улучшения результатов экономической деятельно-

сти государство пытается поощрять взаимные соглашения между работниками и работодателями посредством, например, СИСТЕМЫ УЧАСТИЯ РАБОТНИКОВ В СОБСТВЕННОСТИ И УЧАСТИЯ РАБОЧИХ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ.

ТРУДОЁМКАЯ ФИРМА/ОТРАСЛЬ (labour-intensive firm/industry) — фирма или отрасль, затрачивающая при производстве данного объема товаров и услуг сравнительно большое количество труда и относительно малое — КАПИТАЛА.

Соотношение затрат труда и капитала, используемых фирмой в производстве, зависит в основном от относительных цен этих ресурсов и их относительной производительности. Последняя, в свою очередь, зависит от степени стандартизации продукта, поскольку к фрагментированным рынкам, где потребители требуют разнообразия продуктов, методы крупномасштабного капиталоемкого производства, позволяющие получать ЭКОНОМИЮ ОТ МАСШТАБА, неприменимы.

Изготовление одежды, слесарно-водопроводное дело, парикмахерские — типичные примеры трудоемких отраслей.

См. МЕЛКОСЕРИЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО, КАПИТАЛОВОООРУЖЕННОСТЬ.

ТЯГОСТЬ (disutility) — неудовольствие или неприятное ощущение, которое испытывает индивид при потреблении какого-то продукта или во время работы. Ср. ПОЛЕЗНОСТЬ.

УБЫВАЮЩАЯ ОТДАЧА (diminishing returns) — закон об убывающей предельной отдаче *переменного фактора* в теории предложения в КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ, который гласит, что по мере увеличения затрат ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА на равные величины (при постоянных затратах всех остальных производственных факторов) достигается такая точка, после которой приращение выпуска в результате увеличения затрат фактора (т. е. ПРЕДЕЛЬНЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ переменного фактора) начинает уменьшаться, как это показано на рис. 128. Падение предельного физического продукта приводит в конце концов к уменьшению СРЕДНЕГО ФИЗИЧЕСКОГО ПРОДУКТА (*убывающая средняя отдача*).

Изменение предельного физического продукта возникает потому, что каждая дополнительная единица затрат переменного фактора приносит разный эффект при её добавлении к затратам постоянного фактора. При низком уровне выпуска предельный физический продукт растёт с добавлением новых единиц

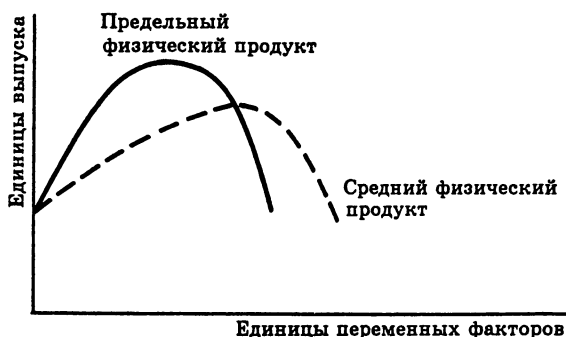


Рис. 128. Убывающая отдача.

переменного фактора к (недоиспользуемому) постоянному фактору, причём каждая дополнительная единица переменного фактора приводит к более интенсивному использованию постоянного фактора. В конце концов в ходе увеличения выпуска достигается оптимальное сочетание факторов, при котором постоянные и переменные факторы комбинируются в наиболее благоприятной пропорции, максимизируя предельный физический продукт. После этого дальнейшее увеличение затрат переменного фактора относительно постоянного фактора, теперь уже используемого чрезмерно интенсивно, ведёт к пропорционально меньшему увеличению выпуска, в результате чего предельный физический продукт снижается.

См. ОТДАЧА ПЕРЕМЕННОГО РЕСУРСА.

УБЫВАЮЩАЯ ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (*diminishing marginal utility*) — принцип, согласно которому чем больше индивид потребляет какой-то продукт в определённый период времени, тем меньше удовольствие (ПОЛЕЗНОСТЬ), получаемое от каждой дополнительной единицы продукта. См. рис. 129.

Принцип убывающей ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ можно использовать для объяснения отрицательного наклона КРИВЫХ СПРОСА на большинство продуктов. Дело в том, что, поскольку индивиды получают все меньше удовольствия от каждой сле-

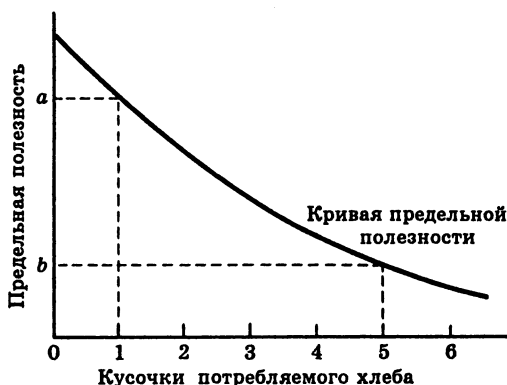


Рис. 129. Убывающая предельная полезность. Для голодного человека полезность первого потребленного им ломтя хлеба будет высока (Q_a), но по мере насыщения его аппетита каждый последующий ломоть хлеба будет приносить все меньшее и меньшее удовольствие: так, пятый ломоть хлеба принесет только Q_b дополнительной полезности.

дующей единицы продукта, они будут готовы платить за каждую единицу все более низкую цену.

Если бы возможно было измерение полезности в неких абсолютных единицах (см. КАРДИНАЛИСТСКАЯ (КОЛИЧЕСТВЕННАЯ) ПОЛЕЗНОСТЬ), то анализ спроса можно было бы целиком построить на предельной полезности. В действительности, однако, это невозможно, и потому кривые спроса выводятся обычно из кривых БЕЗРАЗЛИЧИЯ, которые базируются на концепции ОРДИНАЛИСТСКОЙ ПОЛЕЗНОСТИ.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ВЫЯВЛЕННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ.

УБЫТОК (loss) — отрицательное значение разности ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ и ОБЩИХ ЗАТРАТ данной фирмы. В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ, когда общая выручка фирмы недостаточна для покрытия ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ, эти фирмы покинули бы рынок, если бы не восприняли эту ситуацию как временную. В тех условиях, когда общая выручка достаточна для покрытия переменных затрат, а ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ частично покрывает ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ, фирмы могут продолжать производство, несмотря на общую убыточность. Однако в ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ общая убыточность заставит их покинуть рынок.

См. ВЫХОД С РЫНКА, МИНИМИЗАЦИЯ УБЫТКОВ, СЧЁТ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ.

УБЫТОЧНОЕ ЛИДИРОВАНИЕ (loss-leading) — практика розничной торговли, при которой розничные торговцы предлагают какой-либо продукт по цене ниже оптовой, привлекая в магазин покупателей, чтобы склонить их к другим покупкам. Эта практика является формой дискриминации производителей со стороны розничной торговли и обычно преследуется законодательством как ОГРАНИЧИТЕЛЬНАЯ ТОРГОВАЯ ПРАКТИКА.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ, ПОДДЕРЖАНИЕ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН.

УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА (capital deepening) — увеличение затрат КАПИТАЛА в экономике (см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ) с *большим* темпом, чем увеличение затрат труда, вследствие чего в производстве национального продукта используется больше капитала по отношению к труду.

См. РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА, ФОНДОВООРУЖЕННОСТЬ, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ.

УДЕЛЬНАЯ ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (profit margin) — разница между ПРОДАЖНОЙ ЦЕНОЙ продукта и его средними ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ЗАТРАТАМИ и ТОРГОВЫМИ ЗАТРАТАМИ. Величина удельной валовой прибыли будет зависеть от процентной ценообразующей надбавки к затратам, которую фирма сделает при уста-

новлении цены продажи. Надбавка, в свою очередь, может изменяться в зависимости от изменений условий спроса и конкуренции.

См. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ.

УДЕРЖИВАЮЩИЙ ДОХОД (transfer earnings) — минимальная отдача, которую должен приносить ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА, чтобы предотвратить его перемещение в следующую по выгоды сферу использования. Превышение дохода, приносимого фактором производства, над удерживающим доходом называется ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕНТОЙ.

УДОРОЖАНИЕ ЗАПАСОВ (stock appreciation) — увеличение рыночной ценности ЗАПАСОВ, хранимых в течение определённого периода времени. Обычно такое увеличение вызывается ИНФЛЯЦИЕЙ. Бухгалтеры фирм при составлении БАЛАНСА оценивают запасы по меньшей из величин издержек и чистой реализационной цены фактической продажи (realizable value), а не по восстановительной стоимости. В случае же продажи запасов полученная в результате этого прибыль облагается налогом. Это ведёт к росту «фантомных прибылей», которые, при обложении их налогом, могут привести к сверхналогообложению реальных прибылей фирмы. Следует также отметить, что, когда общий уровень цен падает, происходит *удешевление запасов*.

При исчислении НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА проблема удорожания запасов также должна приниматься в расчёт. Государственные статистические службы периодически сталкиваются с трудной задачей исключения подобного денежного удорожания из окончательных расчётов, чтобы итоговые данные содержали только *реальное* увеличение запасов.

См. также ИСТОРИЧЕСКАЯ (ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ) СТОИМОСТЬ, БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ, ОЦЕНКА ЗАПАСОВ.

УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ (tax evasion) — попытки налогоплательщиков уклониться от уплаты налогов всевозможными способами, нарушающими закон, такими как декларирование не всех своих доходов налоговым органам или ложное предъявление льгот, на которые налогоплательщики на самом деле не имеют права. Ср. ИЗБЕЖАНИЕ НАЛОГОВ.

См. РАБОТА ПО СОВМЕСТИТЕЛЬСТВУ.

УНИВЕРМАГ (department store) — крупное РОЗНИЧНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ. Универмаги могут быть самостоятельными предприятиями или входить в состав СЕТИ МАГАЗИНОВ со множеством филиалов. В отличие от большинства других предприятий розничной торговли, специализирующихся на относительно узком круге товаров, основной характеристикой универсама

является большое разнообразие продаваемых в нём товаров: «всё под одной крышей»

См. РОЗНИЧНЫЙ ТРГОВЕЦ, КАНАЛ СБЫТА.

УНИВЕРСАМ — см. СУПЕРМАРКЕТ.

УНИТАРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (U-form (unitary form) organization) — организационная структура ФИРМ, при которой фирма управляется централизованно как единый производственный объект с несколькими функциональными отделами (маркетинга, производства, финансов, сбыта). Этот термин был введен Уильямсоном, который считал, что подобная организация деятельности фирмы приведёт к тому, что контроль будет осуществляться менее успешно, а управленческая деятельность, не направленная на максимизацию прибыли, будет прекращена (см. МАКСИМИЗАЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ УПРАВЛЯЮЩИХ). Это он объясняет тем, что старшие администраторы, отвечающие за выполнение функций управления, не смогут осуществлять успешный контроль над подразделениями, продающими разнообразную продукцию на множестве рынков. Напротив, в фирмах с многофилиальной организацией старшие администраторы, по его мнению, могут устанавливать ясные цели для подразделений компании и, таким образом, избежать потери контроля над их деятельностью. Ср. М-ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ.

См. также УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ, ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ.

УНИТАРНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ (unitary taxation) — система НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, в соответствии с которой обложение налогом ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ с иностранным капиталом предусматривается в пропорции к их общему (мировому) доходу, а не доходу, получаемому ими внутри данной страны. Унитарное налогообложение может применяться для увеличения доходов от налогообложения, а также для того, чтобы противостоять трансфертному ценообразованию (см. ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА), которое осуществляется транснациональными компаниями.

См. ДВОЙНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

УНИФИЦИРОВАННЫЙ СБОР С ПРЕДПРИЯТИЙ (uniform business rate (UBR)) — ежегодный сбор с предприятий в Англии и Уэльсе. Унифицированный сбор с предприятий вместе с муниципальным налогом (см. МЕСТНЫЙ НАЛОГ) и субсидиями центрального правительства используется для финансирования расходов местных властей. Хотя предприятия выплачивают унифицированный сбор местным властям, его ставка устанавливается правительством для всей страны.

УПАКОВКА (packaging) — средство для защиты и продажи продукта. Функционально упаковка защищает продукты во время транспортировки и хранения, даёт возможность продавать продукты в удобной розничной расфасовке, а также идентифицирует содержимое посредством этикетки.

Кроме того, упаковка может играть важную роль в маркетинге продукта, особенно когда он продаётся путём САМООБСЛУЖИВАНИЯ. Привлекательность цвета и дизайна упаковки очень важна для завоевания внимания покупателя, причем использование ТОРГОВОЙ МАРКИ на упаковке усиливает восприятие этой марки в торговой точке.

См. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА.

УПРАВЛЕНИЕ АКЦИЗОВ И СБОРОВ (customs and excise) — государственный орган, занимающийся сбором КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ в соответствии с определёнными нормами и правилами. В Великобритании Управление акцизов и сборов собирает средства главным образом в виде НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ и АКЦИЗНОГО СБОРА, которым облагаются алкогольные напитки, табак и игра на тотализаторе. Этот государственный орган также контролирует исполнение законов, касающихся импорта и экспорта определённых товаров, взимает ИМПОРТНЫЕ ПОШЛИНЫ и противодействует попыткам контрабанды.

См. также ВНУТРЕННЕЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ (stock control) — процесс управления ЗАПАСАМИ конечных продуктов, НЕЗАВЕРШЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА, сырья и материалов, осуществляемый с целью сокращения ЗАТРАТ ХРАНЕНИЯ, и в то же время поддержания адекватного уровня обслуживания и обеспечения резерва запасов. Этот резерв может оказаться необходимым при таких случайностях, как внезапное увеличение спроса. Управление запасами требует надёжного прогнозирования как будущего спроса со стороны потребителей, так и технологических потребностей. При этом закупки ресурсов и производственный процесс могут быть запланированы таким образом, что удастся избежать излишних запасов, порождающих дополнительные затраты хранения.

См. СИСТЕМА «ТОЧНО В СРОК».

УПРАВЛЕНИЕ КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЯМИ (capital budgeting) — планирование и контроль за расходами КАПИТАЛА внутри фирмы. Включает в себя поиск возможностей для ИНВЕСТИЦИЙ, оценку конкретных инвестиционных проектов, увеличение ДОЛГОСРОЧНОГО КАПИТАЛА для финансирования инвестиций, оценку СТОИМОСТИ КАПИТАЛА, осуществление контроля над расходами с целью достижения соответствия фактических инвестици-

онных затрат запланированным и обеспечение требуемыми для осуществления инвестиций деньгами.

См. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ, ДИСКОНТИРОВАННЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК, ПЕРИОД ОКУПАЕМОСТИ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ.

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ СТАНДАРТОВ (advertising standards authority (ASA)) — государственный орган в Великобритании, регулирующий РЕКЛАМИРОВАНИЕ с тем, чтобы гарантировать, что в РЕКЛАМЕ даётся честное, справедливое и недвусмысленное представление о рекламируемых продуктах.

УПРАВЛЕНИЕ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ (Office of fair trading (OFT)) — государственный орган, учреждённый в соответствии с ЗАКОНОМ О СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛЕ (1973) для управления всеми аспектами ПОЛИТИКИ В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ в Великобритании, особенно для контроля за деятельностью монополий, слияниями и поглощениями, соглашениями по ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ, РОЗНИЧНЫМИ ЦЕНАМИ и АНТИКОНКУРЕНТНОЙ ПРАКТИКОЙ. Управление, возглавляемое Генеральным директором, собирает данные о структуре промышленности, наблюдает за изменениями концентрации рынка и активности в области слияний и поглощений. Кроме того, Управление проводит расследования и действует на основе информации, полученной от заинтересованных сторон и касающейся «оскорбительного», по их утверждению, поведения по отношению к правилам торговой практики, ценам, скидкам и другим условиям торговли. В тех случаях, когда информация соответствует действительности, Управление может провести дальнейшее расследование и поставить в известность КОМИССИЮ ПО МОНОПОЛИЯМ и СЛИЯНИЯМ и СУД ПО ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ ПРАКТИКЕ. Помимо всего этого Управление отвечает за защиту интересов потребителей, включая принятие мер против недобросовестных приемов ведения торговли (таких как неправильное описание товара, обвешивание и обмеривание), и регулирование потребительского кредита.

См. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ЗАКОНЫ О ТОРГОВЫХ ОПИСАНИЯХ (1968, 1972), ЗАКОН О МЕРАХ И ВЕСАХ, 1963, ЗАКОН О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТЕ, 1974.

УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ, или СТАБИЛИЗАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА (demand management or stabilization policy) — управление уровнем СОВОКУПНОГО СПРОСА в экономике с помощью ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ и КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ с целью смягчения или устранения колебаний уровня экономической активности, связанных с ДЕЛОВЫМ ЦИКЛОМ. Главная цель управ-

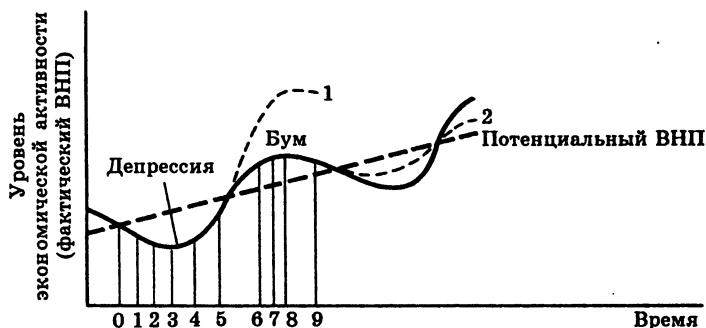


Рис. 130. Управление совокупным спросом в экономике. Периоды: 0 — начало рецессии; 1 — получение статистических данных; 2 — анализ проблемы; 3 — планирование вмешательства; 4 — вмешательство; 5 — начало воздействия государственных мероприятий на экономику; 6 — предсказание кризиса; 7 — планирование вмешательства; 8 — вмешательство; 9 — начало воздействия государственных мероприятий на экономику.

ления спросом — это «точная настройка» совокупного спроса для того, чтобы не допускать ни его недостаточности по сравнению с ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ВАЛОВЫМ НАЦИОНАЛЬНЫМ ПРОДУКТОМ (таким образом, предотвращая потери в выпуске и БЕЗРАБОТИЦУ), ни его избыточности (предотвращая таким образом ИНФЛЯЦИЮ).

Нерегулируемая экономика проходит через периоды депрессий и бумов, как это изображено в виде сплошной линии на рис. 130. Государство обычно пытается сгладить эти колебания путём стимулирования совокупного спроса, когда экономика находится в депрессии, и сокращения совокупного спроса, когда экономика «перегрета». В идеале государство хотело бы управлять совокупным спросом таким образом, чтобы в своем увеличении он точно следовал росту лежащего в его основе потенциального ВВП (штриховая линия на рис. 130), полностью погашая амплитуду делового цикла.

Однако существуют две основные проблемы: (а) установление точного момента, когда государство должно провести изъятия или вливания, чтобы сгладить колебания делового цикла; (б) установление точной величины изъятия или вливания, чтобы преодолевать бумы и депрессии. Если бы можно было правильно рассчитать время и объём, экономика следовала бы точно вдоль тренда потенциального ВВП.

Осуществление стабилизационной политики включает в себя ряд стадий, как это показано на рис. 130. Например, в момент времени 0 начало рецессии (депрессии) выражается в сниже-

нии экономической активности, но из-за затрат времени на сбор экономической информации данные об уровне безработицы и т. п. зачастую становятся известными лишь к периоду 1. Когда необходимые данные получены, государство оказывается в состоянии выявить природу проблемы (период 2) и разработать план вмешательства, например снижение налогов или увеличение государственных расходов (период 3). В периоде 4 эти мероприятия осуществляются, хотя может пройти еще некоторое время, прежде чем они начнут оказывать влияние на ПОТРЕБЛЕНИЕ, ИНВЕСТИЦИИ, ИМПОРТ и т. д. (см. МУЛЬТИПЛИКАТОР). Если на все эти процессы ушло слишком много времени, то может случиться так, что государство будет стимулировать экономику в то время, когда уже начнется подъем после рецессии (депрессии), и, таким образом, его действия приведут к усилению исходного отклонения (пунктирная линия 1 на рисунке). Государство может также усилить отклонения (пунктирная линия 1), если оно неправильно рассчитало величину вливания в экономику и создало избыточный спрос.

Если бы государство правильно определило время и объем, то оно смогло бы уменьшить рецессию (депрессию) и повести экономику по траектории, указанной на рисунке пунктирной линией 2. Ослабление рецессии, таким образом, требует, чтобы государство заранее точно прогнозировало (см. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ) начало спада, возможно даже еще в период оживления экономики (период 6). На основе этих прогнозов государство может затем разработать план своего вмешательства с целью стимулирования экономики (период 7), принять меры (период 8) таким образом, чтобы эти меры начали оказывать влияние и стимулировать экономику, когда уровень экономической активности станет падать (период 9).

В значительной степени неточность расчёта времени и объёма государственного вмешательства обусловлена институциональными и поведенческими факторами. Если государство не преуспело в сглаживании колебаний делового цикла, его часто обвиняют в проведении политики «стоп—вперед» (см. ЦИКЛ «СТОП—ВПЕРЕД»), т. е. в осуществлении вливаний в экономику на подъеме, которая из-за этого «перегревается», и, соответственно, в изъятии ресурсов в неподходящее время и усугублении её спада.

Управление спросом — это один из аспектов макроэкономической политики государства. Другими важными направлениями являются политика ПРЕДЛОЖЕНИЯ, воздействующая на темпы роста потенциального ВВП, и политика ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ, влияющая на конкурентоспособность товаров и услуг, поставляемых на мировой рынок.

См. ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, АВТОМАТИЧЕСКИЕ (ВСТРОЕННЫЕ) СТАБИЛИЗАТОРЫ, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕННЫХ БУМАГ И ИНВЕСТИЦИЙ (Securities and investment board) — британский государственный орган, созданный в 1986 г. для контроля над функционированием ФОНДОВОЙ БИРЖИ и ФЬЮЧЕРСНЫХ РЫНКОВ, а также за действиями ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ, страховых агентов (см. СТРАХОВАНИЕ) и финансовых консультантов.

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СКУПКА (management buy-in) — покупка компании или её подразделения небольшой группой акционеров (чаще всего бывших управляющих компании), которые впоследствии формируют ядро новых руководящих структур в этой компании или в подразделениях.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ (managerial theories of the firm) — теории ФИРМЫ, в соответствии с которыми цели деятельности фирмы — МАКСИМИЗАЦИЯ ВЫРУЧКИ и МАКСИМИЗАЦИЯ ТЕМПОВ РОСТА АКТИВОВ, а не традиционная для теории МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ. Эти теории основываются на двух допущениях: (а) в крупных олигополистических фирмах имеет место ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ, позволяющее управленческим структурам, а не акционерам определять цели фирмы; (б) управляющие больше заинтересованы в максимизации объёма продаж и росте активов, чем в максимизации прибыли, так как размер их окладов, власть и положение, формирующие полезность управляющих, главным образом связаны с размером фирмы. Прибыли остаются важным моментом, но рассматриваются не как конечная цель, а как средство достижения других целей.

Значение управленческих теорий как развития ТЕОРИИ ФИРМЫ заключается в предсказании более высоких уровней выпуска и более низких цен по сравнению с теорией максимизации прибыли.

См. МАКСИМИЗАЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕГО, ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ, ТЕОРИЯ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ВЫКУП (management buy-out) — покупка ФИРМЫ или её подразделения функционирующими в настоящий момент управляющими. При покупке фирмы акционеры могут быть готовы к принятию финансовых условий, на которых управляющие совершают покупку, так как акционеры больше, чем посторонний покупатель или партнёр по слиянию, склонны к уступкам. В этих случаях управленческие выкупы часто

мотивируются как «защитная мера», вызванная боязнью управляющих потерять свои места при новом, враждебном по отношению к ним владельце. Продажа дочерней компании или подразделения фирмы их функционирующему в данный момент руководству зачастую предпринимается как средство отторжения материнской компании от определённого вида бизнеса, а не в целях слияния или поглощения. В интересах акционеров фирм финансовые детали подобных операций должны сохраняться в тайне. Управленческие выкупы обычно финансируются извне, с участием специалистов по РИСКОВОМУ КАПИТАЛУ и банков.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ (management accounting) — любая отчётность, используемая для информирования управляющих с целью облегчения планирования и контроля над деятельностью компании. Управленческий учёт обычно содержит более детальную информацию, чем финансовая отчётность, например сведения об изменениях выручки и затрат по различным продуктам, заводам или отделам. Это даёт возможность сравнить и обнаружить прибыльные и неприбыльные виды деятельности. Управленческий учёт также обеспечивает более частое, чем финансовая отчётность, информирование о состоянии дел — раз в месяц или даже в неделю. Это даёт управляющим оперативную обратную связь, позволяющую быстро выявлять причины неэффективности. Ср. ФИНАНСОВЫЙ УЧЁТ.

УПРАВЛЯЕМАЯ ЦЕНА (administered price) — 1. Цена БЛАГА, устанавливаемая отдельным производителем или группой производителей. В условиях СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ, характеризующейся большим числом очень мелких производителей, цена определяется взаимодействием рыночного спроса и рыночного предложения, тогда как отдельный производитель не имеет контроля над этим взаимодействием. Напротив, в ситуации ОЛИГОПОЛИИ и МОНОПОЛИИ крупные производители оказывают значительное влияние на устанавливаемые ими цены и могут использовать, например, определённый метод административного ценообразования (вроде ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПО ПРИНЦИПУ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ) для установления цены. Ряд производителей может объединиться, чтобы управлять ценой продукта, создавая КАРТЕЛЬ или соглашение о фиксировании цены.

2. Цена продукта или НАЛИЧНЫХ ДЕНЕГ и т. п., устанавливаемая государством или какой-либо международной организацией. Например, государство или МЕЖДУНАРОДНОЕ ТОРГОВОЕ СОГЛАШЕНИЕ могут зафиксировать цены на сельскохозяйственную продукцию или такие товары, как олово, с целью поддержки доходов производителей; при международной СИСТЕМЕ ФИКСИ-

РОВАНОГО ВАЛЮТНОГО КУРСА страны-члены устанавливают фиксированные обменные курсы своих валют.

УПРЕЖДАЮЩАЯ ЦЕНА — см. ЛИМИТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.

УРАВНЕНИЕ (equation) — способ представления взаимосвязей между ПЕРЕМЕННЫМИ в математическом виде. Например, уравнение $C = 1000 + 0.9Y$ предполагает определённое сочетание между расходами потребителя (C) и располагаемым доходом (Y). Оно будет соблюдаться при одних значениях C и Y (например, 10 000 и 10 000 соответственно) и не будет соблюдаться при других значениях C и Y (например, 6000 и 10 000 соответственно). Обычно уравнения пишутся со знаком равенства (=); это означает, что левая часть уравнения равна правой части по величине. Обоснованность уравнения можно проверить статистически путём проведения наблюдений и выяснения, удовлетворяют ли значения переменных формуле этого уравнения.

См. ТОЖДЕСТВО.

УРАВНИТЕЛЬНАЯ ПОШЛИНА (countervailing duty) — НАЛОГ, которым облагается импортируемая продукция (см. ИМПОРТ), повышающий цену этой продукции на внутреннем рынке. Используется как средство нейтрализации «несправедливых» методов ведения торговли другими странами. Уравнительная пошлина часто применяется к той импортируемой продукции, которую умышленно продают по бросовым ценам (см. ДЕМПИНГ) или которая субсидируется СТИМУЛАМИ К ЭКСПОРТУ.

См. ТАРИФ, ИМПОРТНАЯ ТАМОЖЕННАЯ ПОШЛИНА, ПОЛИТИКА РАЗОРЕНИЯ СОСЕДА.

УРАВНОВЕШИВАЮЩАЯ СИЛА (countervailing power) — способность крупных покупателей компенсировать рыночную власть крупных производителей, как, например, в ДВУСТОРОННЕЙ ОЛИГОПОЛИИ. Крупные покупатели обычно господствуют в пределах вертикальной цепочки сбыта (например, многофилиальные розничные предприятия, совершающие закупки у производителей продуктов питания), ибо если производители не сговорились между собой (см. СГОВОР), то крупный покупатель может «столкнуть» производителей друг с другом и добиться для себя скидки на оптовые закупки. В условиях жесткой конкуренции на рынках сбыта конечной продукции уравновешивающая сила может играть важную роль в сдерживании злоупотреблений монопольной властью.

ГЭЛБРЕЙТ употребляет понятие «уравновешивающий силы» в несколько ином смысле — по отношению к росту количества профсоюзов и потребительского движения в ответ на рост крупных фирм.

УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ (unemployment rate) — количество безработных, выраженное в процентах от РАБОЧЕЙ СИЛЫ страны. На практике измерить уровень безработицы довольно трудно, так как сложно определить и измерить как число безработных, так и численность рабочей силы. Например, некоторые лица, не имеющие работы, могут быть не зарегистрированы как безработные, поскольку они не имеют права на ПОСОБИЕ ПО БЕЗРАБОТИЦЕ и, таким образом, не учитываются в официальных данных.

Уровень безработицы может быть использован для сопоставления возможностей для работы во времени и между странами, а также при измерении степени недоиспользования ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, т. е. степени, в которой ФАКТИЧЕСКИЙ ВВП страны меньше ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ВВП. Эта степень выражается в ДЕФЛЯЦИОННОМ РАЗРЫВЕ.

См. ДОЛЯ ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ, СКРЫТАЯ БЕЗРАБОТИЦА 1, ПОЛНАЯ ЗАНЯТОСТЬ, ДОЛЯ ВАКАНСИЙ.

УРОВЕНЬ ВАКАНСИЙ, или **ДОЛЯ ВАКАНСИЙ** (vacancy rate) — количество доступных рабочих мест (официально зарегистрированных в местных центрах занятости), которые остаются незанятыми, выраженное в процентах от имеющейся РАБОЧЕЙ СИЛЫ. На практике не все доступные рабочие места зарегистрированы соответствующими государственными органами, и поэтому фактический уровень вакансий выше официального.

Уровень вакансий может сопоставляться с УРОВНЕМ БЕЗРАБОТИЦЫ при оценке степени приближения экономики к состоянию ПОЛНОЙ ЗАНЯТОСТИ.

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ (standard of living) — совокупность денежных и неденежных показателей, определяющих благосостояние жизни человека. ДОХОД НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ используется как основной показатель уровня жизни, хотя ЛИЧНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА может быть таким, что доход многих членов общества отличается от среднего уровня дохода. Трудно также оценить те выгоды и издержки, которые могут влиять на личное благосостояние, но не обладают непосредственно измеримой экономической ценностью. Например, два человека получают одинаковое жалованье, но один из них живет в деревне, где прекрасный пейзаж, тишина и покой, отсутствие транспортных пробок по дороге на работу. Другой же человек живет в промышленном городе, в котором и загрязненная окружающая среда, и большие заторы на улицах, и шум, и криминальная обстановка. Денежные сравнения показывают в данном случае одинаковый уровень жизни, в действительности же это может быть не так.

См. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

УРОВЕНЬ ПРЕДЕЛЬНОГО НАЛОГА (marginal tax rate) — доля последней денежной единицы дохода индивида, выплачиваемая как НАЛОГ. Высокие уровни предельного налога могут оказать дестимулирующее воздействие на сверхурочную активность работников в случае, когда прирост РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА при данном увеличении усилий работника является недостаточным.

См. КРИВАЯ ЛАФФЕРА, ЛОВУШКА БЕДНОСТИ.

УРОВЕНЬ ЦЕН (price level) — общий ценовой уровень в экономике, измеренный с помощью ИНДЕКСА ЦЕН. Уровни цен за два последовательных периода времени часто сравниваются для определения темпов ИНФЛЯЦИИ.

УСЛОВИЕ МАРШАЛЛА—ЛЕРНЕРА (Marshall-Lerner condition) — условие ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ для ИМПОРТА и ЭКСПОРТА, которое должно быть соблюдено для того, чтобы изменение ВАЛЮТНОГО КУРСА (ДЕВАЛЬВАЦИЯ или РЕВАЛЬВАЦИЯ) было успешным в устранении дефицита или избытка платёжного баланса.

Например, условия эластичности для успешной девальвации таковы:

спрос на импорт эластичен по цене ($e > 1$);

спрос на экспорт эластичен по цене ($e > 1$).

Успешность девальвации решающим образом зависит от чувствительности объёмов импорта и экспорта к изменениям цен, вызванных девальвацией. Если объёмы торговли относительно эластичны по цене, девальвация будет успешной: рост импортных цен вызовет сверхпропорциональное снижение объёма импорта, сокращая общее количество иностранной валюты, требуемой для финансирования импортных закупок. В то же время падение экспортных цен повлечёт за собой сверхпропорциональное увеличение объёма экспорта, сопровождающееся повышением общих валютных поступлений от экспорта.

И наоборот, если объёмы торговли относительно неэластичны по цене, девальвация не будет успешной. Другими словами, рост импортных цен вызовет меньшее падение объёма импорта, увеличивая общее количество иностранной валюты, требуемой для финансирования импортных закупок. В то же время падение экспортных цен повлечет за собой меньшее увеличение объёма экспорта, сопровождающееся падением общих валютных поступлений от экспорта.¹

¹ Условие Маршалла—Лернера в более строгой формулировке сводится к тому, что $e_I + e_E > 1$. Выполнение этого условия не гарантирует положительного эффекта в каждом виде операций (экспорт и импорт) в отдельности, но отрицательный эффект по одной из них (если он имеет место) перекрывается положительным эффектом по другой. — *Прим. ред.*

Однако существует целый ряд других факторов, влияющих на конечный итог девальвации, в частности степень мобильности внутренних ресурсов для переключения их на экспортное производство, а также в импортно замещающие отрасли.

См. ДЕВАЛЬВАЦИЯ, РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ.

УСЛОВИЯ ВХОДА (condition of entry) — элемент СТРУКТУРЫ РЫНКА, характеризующий лёгкость или трудность проникновения новых производителей на рынок. Согласно теории рынка, доступ на рынок может быть либо совершенно свободным (как в случае СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ, когда новые производители могут проникать на рынок и конкурировать на равных с укоренившимися фирмами), либо почти невозможным (в ситуации ОЛИГОПОЛИИ и МОНОПОЛИИ, когда существующие БАРЬЕРЫ ВХОДА жёстко ограничивают доступ на рынок). Значение барьеров входа в теории рынка состоит в том, что они позволяют укоренившимся фирмам получать долгосрочную прибыль, превышающую равновесную НОРМАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ, имеющую место в условиях совершенной конкуренции (т. е. в условиях свободного доступа на рынок).

См. ВХОД НА РЫНОК, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КОНКУРЕНТ, ЛИМИТИРУЮЩЕЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.

УСЛОВИЯ ТОРГОВЛИ (terms of trade) — ИНДЕКС ЦЕН, который показывает соотношение цен ЭКСПОРТА и цен ИМПОРТА для некоторой страны. Он определяется как частное от деления индекса цен, полученных за экспорт, на индекс цен, заплаченных за импорт. Условия торговли страны улучшаются, если цены её экспорта растут быстрее, чем цены импорта, и ухудшаются, если первые растут медленнее, чем вторые. Об ухудшении условий торговли Великобритании свидетельствуют следующие данные (уровень цен 1985 г. принят за 100):

	1985 г.	1991 г.
Индекс экспортных цен	100	106
Индекс импортных цен	100	108
Соотношение индексов	100	98

На первый взгляд, улучшение в условиях торговли некоторой страны может показаться выгодным: говоря на языке теории внешней торговли, данное количество вывозимых товаров позволит оплачивать большее количество ввозимых товаров, или, с другой стороны, данное количество ввозимых товаров может быть куплено за меньшее количество вывозимых товаров. Но решающее значение в этом случае тем не менее имеет ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ для вывозимых и ввозимых то-

варов. Если, например, спрос на вывозимые товары эластичен по цене, то рост цен на эти товары, делающий товары, вывозимые страной, менее конкурентоспособными на мировом рынке, приведёт к более чем пропорциональному снижению объёма экспорта, что уменьшит поступление иностранной валюты и отрицательно скажется на внутренних выпусках и занятости.

См. также РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА, ДЕВАЛЬВАЦИЯ, РЕВАЛЬВАЦИЯ.

УСЛУГИ (services) — любые нематериальные виды экономической деятельности (парикмахерские, общественное питание, страхование, банковское дело и т. д.), которые прямо (см. КОНЕЧНЫЕ ПРОДУКТЫ) или косвенно (см. ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ) способствуют удовлетворению человеческих потребностей. Услуги являются важным компонентом ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА.

УСТАВ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА (articles of association) — основной документ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ, регулирующий отношения между компаниями и её членами, или АКЦИОНЕРАМИ. Устав определяет права и обязанности членов и систему управления компании. В нём, в частности, указаны полномочия директоров, порядок проведения собраний, права на получение дивидендов и правила голосования для отдельных групп акционеров и другие правила.

См. МЕМОРАНДУМ ОБ АССОЦИАЦИИ.

УСТАВНОЙ АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ (authorized or registered or nominal share capital) — максимальная величина АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА, на которую может выпускать акции АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ. Эта величина указывается в БАЛАНСЕ и может быть изменена решением АКЦИОНЕРОВ на ГОДОВОМ ОБЩЕМ СОБРАНИИ.

См. также ВЫПУЩЕННЫЙ АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ.

УТЕЧКА НАЛИЧНОСТИ (cash drain) — ограничение роста ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ через СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, обусловленное хранением индивидами большего количества наличных денег, чем обычно. Это означает, что не весь прирост наличных денег, который можно рассчитать исходя из НОРМЫ (КОЭФФИЦИЕНТА) РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ, возвращается от населения в банковскую систему. Пример: допустим, что в банковскую систему поступил новый вклад в размере 100 ф. ст.; при этом норма резервных активов равна 10%, средняя доля денег, хранящаяся в форме наличности, равна одной десятой, а обратная ей величина равна 10. Таким образом, теоретически возможно, что предложение денег в конце концов вырастет на

1000 ф. ст. Однако если спрос населения на наличность растёт, прирост денежной массы будет меньше десятикратной величины исходного вклада.

УТЕЧКИ (leakages) — см. ИЗЪЯТИЯ.

•**УТРЕННИЙ РЕЙД** (dawn raid) — ситуация, когда потенциальный претендент на ПОГЛОЩЕНИЕ некоей компании приобретает значительный пакет акций этой целевой компании по текущим рыночным ценам, зачастую через посредников (чтобы скрыть личность претендента). Этот пакет акций может затем быть использован как плацдарм для последующей скупки акций по установленной цене предложения.

См. ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПОГЛОЩЕНИИ, КОДЕКС СИТИ.

УЧАСТИЕ В ПРИБЫЛЯХ (profit sharing) — распределение определённой части ПРИБЫЛИ между наёмными работниками компании. Это распределение может осуществляться в форме ежегодных премий, зависящих от прибылей за предыдущий год, или в форме части ежемесячных или еженедельных платежей (см. ОПЛАТА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРИБЫЛИ). Менее прямые формы участия в прибылях — размещение среди работников акций компании, оплачиваемых из прибылей, и предоставление работникам права покупки акций в любой будущий момент времени по текущей цене дают возможность получения дохода как в виде дивидендов по акциям, так и в виде роста стоимости акций в результате увеличения рентабельности фирмы (см. СИСТЕМА УЧАСТИЯ РАБОТНИКОВ В СОБСТВЕННОСТИ). К системе участия в прибылях зачастую прибегают для того, чтобы повысить заинтересованность работников в повышении ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ.

УЧАСТИЕ РАБОЧИХ (В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ) (worker participation) — вовлечение наёмных работников в процесс принятия решений ФИРМЫ, которая извлекает из этого выгоду, так как работники лучше знают специфику работы, которую они выполняют. Участие рабочих в управлении производством, как правило, относится к таким процессам или видам деятельности, которые происходят на рабочих местах: в частности, передача функций планирования работы рабочим группам или «КРУЖКАМ КАЧЕСТВА».

Термин «производственная демократия» часто употребляется в качестве синонима термина «участие рабочих в управлении производством», но на самом деле производственная демократия предполагает участие рабочих в принятии решений на высших уровнях организации (вплоть до уровня совета директоров). Если участие рабочих в управлении производством под-

разумеает непосредственное вовлечение всех наёмных работников, то производственная демократия — систему представительства и совместных консультаций между представителями рабочих и администрацией, а также систему рабочих директоров (т. е. представительства рабочих в совете директоров). См. ДВУХУРОВНЕВЫЙ СОВЕТ.

СИСТЕМА УЧАСТИЯ РАБОТНИКОВ В СОБСТВЕННОСТИ может повысить уровень их участия в управлении производством посредством предоставления работникам дополнительной информации и получения ими статуса акционеров фирмы.

Экономисты неоднозначно оценивают влияние, которое оказывает участие рабочих в управлении производством, на экономическую эффективность.

На оперативном уровне участие рабочих в управлении производством может увеличить ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ (объём выпуска на человека) благодаря предоставлению больших полномочий рабочим группам. На стратегическом уровне основные решения, относящиеся к новым инвестициям и т. д., могут быть менее эффективными, если в их принятии занято слишком большое количество заинтересованных сторон, так как такие решения требуют более беспристрастного и независимого рассмотрения, учитывающего долгосрочные последствия принимаемых решений.

УЧЁТНАЯ СТАВКА (discount rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, по которой дисконтируются денежные потоки, связанные с каким-либо инвестиционным проектом (см. ИНВЕСТИЦИИ). Для частных проектов учётная ставка чаще всего базируется на средневзвешенной СТОИМОСТИ КАПИТАЛА, когда процентные ставки по каждой форме финансирования (долгосрочные займы, овердрафты, акционерный капитал и т. д.) взвешиваются по той доле, которую каждая форма составляет в общей сумме средств компании.

При определении учётной ставки по государственным проектам в расчёт принимаются более сложные соображения. В то время как продолжительность жизни индивида ограничена, а поэтому он не станет заглядывать на слишком много лет вперед в ожидании доходов на вложенный капитал, общество существует бесконечно долго, поэтому оно может позволить себе осуществление капиталовложений, которые окупятся лишь через много лет. Это расхождение между *частными временными предпочтениями* и *общественными временными предпочтениями* означает, что для общества учётная ставка, как правило, ниже, чем для индивида. С другой стороны, применение более низких (менее жестких), чем в частном секторе, учётных

ставок к государственным проектам может иметь неблагоприятные последствия из-за альтернативных издержек, ибо плохие государственные проекты могут отвлечь средства от хороших частных проектов. Поэтому учётная ставка общественных альтернативных издержек должна быть близка к частной учётной ставке. Наконец, ставка по государственным займам представляет собой безрисковую процентную ставку, ибо риск невозврата займа очень невелик, тогда как в частные ставки включается премия за риск, и ставка по государственным займам может оказаться слишком низкой с точки зрения альтернативных издержек.

При оценке большинства государственных проектов учётная ставка, как правило, базируется на текущих процентных ставках в частном секторе.

См. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ, ДИСКОНТИРОВАННЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК, ПЕРИОД ОКУПАЕМОСТИ, АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ», ВРЕМЕННОЕ ПРЕДПОЧТЕНИЕ.

УЧЁТНАЯ СТАВКА БАНКА (bank rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, назначаемая Банком Англии на кредиты УЧЁТНЫМ ДОМАМ, когда последние испытывают нехватку средств и вынуждены обращаться за деньгами в центральный банк. Банковская ставка использовалась ранее в Великобритании в качестве инструмента КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ для управления общим уровнем процентных ставок в экономике. В 1972 г. она была заменена *минимальной кредитной ставкой*, которая, в свою очередь, была отменена в 1984 г., что явилось частью перехода государства к более гибкой политике в отношении процентных ставок. Теперь процентная ставка, назначаемая центральным банком (ВЕКСЕЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА), не устанавливается в административном порядке центральным банком, как это было прежде, а меняется непосредственно в ответ на изменения спроса и предложения на рынке краткосрочных кредитов, отражаемых в МЕЖБАНКОВСКОЙ КЛИРИНГОВОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКЕ.

УЧЁТНЫЙ ДОМ (discount house) — финансовый институт (присущий только британской финансовой системе), специализирующийся на купле-продаже краткосрочных коммерческих ПЕРЕВОДНЫХ ВЕКСЕЛЕЙ и государственных КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ на УЧЁТНОМ РЫНКЕ. Свою прибыль они получают, занимая на короткий срок деньги у КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ (КРЕДИТ ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ) и выдавая кредиты на более длительный (до трех месяцев) периоды. Небольшая разница между процентными ставками по получаемым ими краткосрочным займам и выдаваемым на более длительный срок кредитами и образует их прибыль.

См. ТЕНДЕРНЫЙ ВЫПУСК.

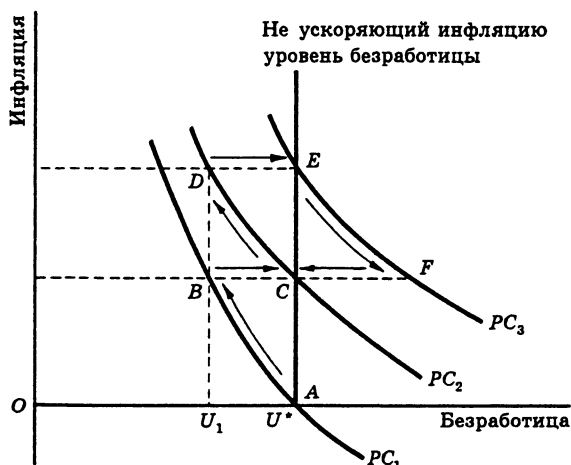


Рис. 131. Учитывающая ожидания/приростная кривая Филлипса.

УЧЁТНЫЙ РЫНОК (discount market) — рынок, на котором происходит купля-продажа краткосрочных ПЕРЕВОДНЫХ ВЕКСЕЛЕЙ и КАЗНАЧЕЙСКИХ ВЕКСЕЛЕЙ. Сделки на нём производятся УЧЁТНЫМИ ДОМАМИ, использующими займы КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ (обычно на основе ежедневного возобновления — КРЕДИТОВ ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ), для покупки векселей (т. е. для их «учёта»), которые они затем держат до момента их погашения, либо продают друг другу («переучитывают», дисконтируют), либо (еще чаще) перепродают коммерческим банком (см. ОБЕСЦЕНЕНИЕ 3). Если на какое-то время учётные дома оказываются не в состоянии покрывать расходы на приобретение ценных бумаг путём заимствования у коммерческих банков, они могут получить дополнительные средства у Банка Англии, выступающего для них в качестве КРЕДИТОРА ПОСЛЕДНЕЙ НАДЕЖДЫ.

См. ТЕНДЕРНЫЙ ВЫПУСК.

УЧИТЫВАЮЩАЯ ОЖИДАНИЯ/ПРИРОСТНАЯ КРИВАЯ ФИЛЛИПСА (expectations-adjusted/augmented Phillips curve) — преобразованная КРИВАЯ ФИЛЛИПСА, которая учитывает воздействие ОЖИДАНИЙ по поводу будущих цен на рост заработной платы. На учитывающей ожидания кривой Филлипса (см. рис. 131) L^* — «естественный» уровень безработицы или НЕ УСКОРЯЮЩИЙ ИНФЛЯЦИЮ УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ (т. е. уровень БЕЗРАБОТИЦЫ, при котором ИНФЛЯЦИЯ не ускоряется и не замедляется). Если государство попытается уменьшить безработицу ниже «естествен-

ного» уровня, например до U_1 , темп инфляции увеличивается (переход от точки A до точки B на кривой Филлипса PC_1).

Предположим, что рост денежной заработной платы превышает рост выпуска на душу населения. Тогда рабочая сила «сама лишает себя работы» и безработица возвращается к своему «естественному уровню» (точка C) на «новой» кривой Филлипса (PC_2), которая отражает более высокий ожидаемый темп инфляции. Если теперь государство опять попытается снизить безработицу до U_1 , то это вызовет ускорение темпа инфляции до уровня D , но снова более высокая ставка денежной заработной платы приведёт к тому, что безработица вернется назад к своему «естественному» уровню (точка E) на «новой» кривой Филлипса (PC_3), которая отражает еще более высокий ожидаемый темп инфляции.

Чтобы снизить темп инфляции, государству нужно временно увеличить безработицу выше «естественного» уровня (из точки E до точки F) на кривой Филлипса (PC_3), что уменьшит ожидаемый населением темп инфляции. По мере падения денежной заработной платы население «возвращается на свои рабочие места» и безработица понижается до своего «естественного» уровня (в точке C) на кривой PC_2 .

См. также ИНФЛЯЦИОННАЯ СПИРАЛЬ.

УЩЕРБНЫЙ РОСТ (immiserizing growth) — ситуация, в которой попытка РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ СТРАНЫ увеличить потенциал роста посредством ЭКСПОРТА в действительности приводит к замедлению темпов экономического роста. Эта исключительная ситуация теоретически применима только к стране, чья экспортная специализация (минералы или сельскохозяйственные культуры) рассчитана на преобладающую долю в мировой торговле этой продукцией. Страна вынуждена увеличивать экспорт для того, чтобы заработать иностранную валюту для финансирования импорта, необходимого для поддержания растущей экономики. Если всё производство на экспорт сконцентрировать в одной области, это может привести к перепоставкам данной продукции, что в свою очередь приведёт к ухудшению УСЛОВИЙ ТОРГОВЛИ для этой страны. В результате объём импорта уменьшится и потенциал экономического роста страны снизится.

См. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

ФАКТИЧЕСКИЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ (ВНП) (actual gross national product (GNP)) — уровень реального выпуска, создаваемого в данный момент в экономике. Фактический ВНП может совпадать, а может и не совпадать с ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ВАЛОВЫМ НАЦИОНАЛЬНЫМ ПРОДУКТОМ страны. Уровень фактического ВНП определяется взаимодействием СОВОКУПНОГО СПРОСА и потенциального ВНП. Если в какой-либо момент времени совокупный спрос меньше потенциального ВНП, то фактический ВНП будет равен совокупному спросу, создавая ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ (разрыв выпуска) между фактическим и потенциальным ВНП. Однако при высоком уровне совокупного спроса, превышающего потенциальный ВНП, потенциальный ВНП устанавливает потолок фактического выпуска и любое превышение совокупного спроса над потенциальным ВНП превращается в ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ.

Темпы роста фактического ВНП зависят, с одной стороны, от темпов роста совокупного спроса, а с другой — от роста потенциального ВНП.

ФАКТОР (factor) — 1. ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА, используемый в производстве (см. ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ, ТРУД, КАПИТАЛ).

2. Предприятие, осуществляющее оптовые закупки и выполняющее функцию ОПТОВИКА.

3. Предприятие, покупающее коммерческие долги у фирм-клиентов (по какой-либо согласованной цене, более низкой, чем номинальная стоимость долга), а затем собирающее их с должников.

См. РЫНОК ФАКТОРОВ, ФАКТОРИНГ.

ФАКТОРИНГ (factoring) — финансовый механизм, состоящий в том, что специализированная финансовая компания (фактор) приобретает обязательства ДОЛЖНИКОВ некоей фирмы по стоимости ниже бухгалтерской. Прибыль фактора заключается в разнице между суммой платежей, собранной по приобретён-

ным долговым обязательствам (см. ДОЛГ), и фактической ценой покупки этих долгов. Для фирмы же это выгодно, поскольку она сразу получает деньги от фактора, ей не приходится ждать до тех пор, пока её дебиторы вернут свои долги, и тем самым она избавляется от неприятностей и расходов, вызываемых разбирательствами с неаккуратными должниками.

См. КРЕДИТНЫЙ КОНТРОЛЬ.

ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА (factors of production) — ресурсы, используемые фирмой в качестве ФАКТОРОВ РАСХОДА в производстве товаров и услуг. Основные производственные факторы — ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ, ТРУД и КАПИТАЛ. Для производства данного выпуска факторы производства могут сочетаться в различных пропорциях (см. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ). Согласно ТЕОРИИ ФИРМЫ, фирмы выбирают такую комбинацию факторов для производства данного объёма выпуска, которая минимизирует затраты производства (см. ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ).

См. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, МОБИЛЬНОСТЬ.

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ РЕЗЕРВНЫЙ БАНК (federal reserve bank) — ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК США.

ФИДУЦИАРНАЯ ЭМИССИЯ (fiduciary issue or fiat currency) — часть НАЛИЧНЫХ ДЕНЕГ, эмитированная правительством, которая не обеспечена государственными запасами ЗОЛОТА или других средств обеспечения. В XIX в. большинство денежных эмиссий подкреплялось золотом и каждый человек мог обменять свои БАНКНОТЫ на золото. В настоящее время в большинстве государств запасы золота и других средств обеспечения наличности весьма незначительные, поэтому денежная эмиссия носит в основном фидуциарный характер.

См. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ.

ФИЗИОКРАТИЯ (physiocracy) — школа, или совокупность экономических идей, основанная на работах КЕНЭ и других французских философов и экономистов XVIII в. Физиократы считали землю единственным источником дохода и благосостояния общества, способным производить «чистый продукт». Они также верили в идею «естественного порядка» в обществе, который объединяет частные интересы отдельных граждан с интересами общества. Это делало их яростными защитниками свободы личности и противниками государственного вмешательства в жизнь общества, иначе говоря — защитниками личности и её прав собственности. Адам СМИТ находился под сильным влиянием физиократических идей, и в его интерпретации «естественный порядок» выражался в форме работы рыночного механизма.

См. также ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

ФИКСАЦИЯ ЦЕНЫ (price fixing) — установление единой цены на товар или услугу группой производителей, действующих вместе, в противоположность независимому назначению цены каждым отдельным производителем. Фиксация цены зачастую является признаком нерегулируемого олигополистического рынка (см. ОЛИГОПОЛИЯ).

См. СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ТОРГОВЛИ, СГОВОР, КАРТЕЛЬ, АДМИНИСТРИРУЕМАЯ ЦЕНА.

ФИКСИРОВАННЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ (fixed targets) — один из подходов в макроэкономической политике для установления определённых целевых показателей в отношении полной занятости, стабильности цен, экономического роста и РАВНОВЕСИЯ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

Суть этого подхода для простоты можно проиллюстрировать на примере КРИВОЙ ФИЛЛИПСА, показывающей «компромисс» между безработицей и инфляцией (см. рис. 132).

См. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, ОПТИМИЗАЦИЯ.

ФИНАНСИРОВАНИЕ ЗА СЧЁТ ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА (debt financing) — финансирование фирм и дефицита государственного бюджета путём выпуска ЦЕННЫХ БУМАГ, таких как краткосрочные



Рис. 132. Фиксированные целевые показатели. Кривая Филлипса показывает, что когда безработица (*U*) падает, инфляция (*I*) растёт, и наоборот. Кривая Филлипса обозначена буквой *P*. В идеале власти хотели бы, чтобы экономика находилась в начале координат, в точке *O*, ибо здесь одновременно достигаются полная занятость и абсолютная стабильность цен. Однако кривая Филлипса ограничивает сочетания *U* и *I*, достижимые на практике. Если учесть это ограничение, то задача властей сводится к определению приемлемых целевых значений обеих переменных. Они могут, например, установить фиксированные целевые показатели уровня безработицы 6% и целевое значение инфляции 8%, или, скажем, более низкое значение *I* и более высокое *U*.

ПЕРЕВОДНЫЕ ВЕКСЕЛЯ компаний и государственные КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ, а при займах государства — долгосрочные ОБЛИГАЦИИ.

См. ПОТРЕБНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ.

ФИНАНСОВАЯ ИННОВАЦИЯ (financial innovation) — разработка ФИНАНСОВЫМИ ИНСТИТУТАМИ новых финансовых продуктов и процессов по переводу денег, а также выдаче и получению кредитов, например банковские услуги по телефону, системы прямого дебетования, кредитные карточки и т. д. Эти нововведения дополняют традиционные средства передачи денег (наличные, чеки) и могут повышать скорость обращения денег. Кроме того, они делают КРЕДИТ более доступным и путём создания «ПОЧТИ ДЕНЕГ» могут увеличивать ликвидность в экономике. Все это усложняет проведение властями КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ.

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЁТНОСТЬ (accounts) — финансовые отчёты индивида или организации, подготавливаемые на основе системы регистрации денежных сделок. АКЦИОНЕРНЫЕ КОМПАНИИ открытого типа обязаны публиковать в конце года свои финансовые отчёты, включающие, как минимум, СЧЁТ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ и БАЛАНС, чтобы АКЦИОНЕРЫ имели возможность оценить финансовые результаты деятельности их компании за данный период.

ФИНАНСОВАЯ ПАЛАТА (finance house) — финансовый институт, принимающий вклады в виде сбережений и специализирующийся на предоставлении КРЕДИТА в РАССРОЧКУ (покупка в рассрочку) и на осуществлении ЛИЗИНГА 2 для частного потребления и в инвестиционных целях.

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА (financial system) — сеть финансовых институтов (БАНКОВ, КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ, СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЩЕСТВ и т. д.) и рынков (ДЕНЕЖНЫЙ РЫНОК, ФОНДОВАЯ БИРЖА), оперирующих различными финансовыми инструментами (БАНКОВСКИМИ ВКЛАДАМИ, КАЗНАЧЕЙСКИМИ ВЕКСЕЛЯМИ, АКЦИЯМИ и т. д.), с помощью которых осуществляется передача денег, кредитование и заимствование денежных средств.

Финансовые институты и рынки занимают в экономике ключевые позиции как посредники в процессе перетока СБЕРЕЖЕНИЙ и других денежных средств в руки ЗАЁМЩИКОВ. При этом одна из основных задач состоит в согласовании различных потребностей сберегателей и заёмщиков, что способствует росту сбережений и ИНВЕСТИЦИЙ. Сберегатели прежде всего стремятся к надёжному и относительно безрисковому помещению своих денег, когда известная степень ликвидности (т. е. лёгкость доступа к своим деньгам) сочетается с получением долгосроч-

ного дохода на вложенные средства, что позволяет им сохранить реальную ценность своего богатства и обеспечить себе текущий доход. Заёмщикам в основном нужен доступ к различным суммам денег для осуществления текущих, среднесрочных и долгосрочных финансовых и капитальных вложений в условиях неустранимой неопределённости и высокой степени риска. Финансовые институты помогают согласовывать эти столь различные потребности, используя следующие способы:

(а) объединение сбережений большого числа индивидов, что делает возможным предоставление займов, исчисляемых миллионами фунтов стерлингов;

(б) создание диверсифицированного портфеля активов и выдача кредитов под разные цели с тем, чтобы добиться экономии от разнообразия, распределяя риск и в то же время поддерживая высокую прибыльность;

(в) сочетание ресурсов множества сберегателей таким образом, чтобы дать отдельному индивиду возможность получить свои деньги назад по первому требованию и в то же время обеспечить стабильность вкладов как основу для долгосрочного кредитования.

ФИНАНСОВЫЙ ГОД (fiscal year) — операционный год правительства, который продолжается в Великобритании с 6 апреля текущего года по 5 апреля следующего года. Во многих странах финансовый год часто не совпадает с календарным годом. В США конец финансового года приходится на 30 июня.

См. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ.

ФИНАНСОВЫЙ ИНСТИТУТ (financial institution) — институт, действующий прежде всего в качестве ФИНАНСОВОГО ПОСРЕДНИКА, «передавая» средства от КРЕДИТОРОВ к ЗАЁМЩИКАМ (например, КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ, СТРОИТЕЛЬНЫЕ ОБЩЕСТВА) или от СБЕРЕГАТЕЛЕЙ к ИНВЕСТОРАМ (например, ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ, СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ).

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

ФИНАНСОВЫЙ ПОСРЕДНИК (financial intermediary) — организация, которая действует на финансовом рынке, связывая КРЕДИТОРОВ с ЗАЁМЩИКАМИ или СБЕРЕГАТЕЛЕЙ с ИНВЕСТОРАМИ.

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА, КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК, СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ БАНК, СТРОИТЕЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО, ПЕНСИОННЫЙ ФОНД, СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ, ПАЕВОЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОНД, ИНВЕСТИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ, ПОСРЕДНИЧЕСТВО.

ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР (financial sector) — часть экономики, связанная с деятельностью ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ. Финансовые институты оказывают услуги по передаче денег и предо-

ставлению займов и влияют на функционирование «реальной» экономики, действуя в качестве посредников в процессе превращения СБЕРЕЖЕНИЙ и других денежных средств в ИНВЕСТИЦИИ. Финансовый сектор наряду с КОРПОРАТИВНЫМ СЕКТОРОМ и ИНДИВИДУАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ входит в состав ЧАСТНОГО СЕКТОРА. Частный сектор, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СЕКТОР и ИНОСТРАННЫЙ СЕКТОР образуют народное хозяйство страны.

См. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА.

ФИНАНСОВЫЙ УЧЁТ (financial accounting) — бухгалтерские мероприятия по подготовке годового СЧЁТА ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ и БАЛАНСА для того, чтобы ознакомить акционеров с общими результатами (прибыль) деятельности их компании.

См. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ.

ФИРМА, или КОМПАНИЯ, или ПОСТАВЩИК (firm or company or supplier) — производительная единица, преобразующая ФАКТОРЫ РАСХОДА в обладающие более высокой ценностью промежуточные и конечные ТОВАРЫ или УСЛУГИ. Фирма, или ПРЕДПРИЯТИЕ, — основная производственная единица и важнейший элемент теории рынка, которая служит для объяснения того, как фирмы взаимодействуют и как их решения по ценообразованию и выпуску влияют на рыночное предложение и цену (см. ТЕОРИЯ ФИРМЫ, ТЕОРИЯ РЫНКОВ).

Имеются следующие организационно-правовые формы фирм:

(а) *индивидуальное частное предприятие* — фирма, которой владеет или управляет один человек, т. е. такой тип предприятия, который наиболее близко стоит к понятию «фирмы» в экономической теории;

(б) *товарищество* — фирма, которой владеют и управляют два или более человека, состоящие между собой в соглашении;

(в) *АКЦИОНЕРНАЯ КОМПАНИЯ* — фирма, которой владеет группа держателей обыкновенных АКЦИЙ¹, образующих капитал компании (см. КООПЕРАТИВ).

Имеются следующие экономические формы фирм:

(а) *горизонтальная фирма* — фирма, занятая единственным видом производственной деятельности, например сборкой автомобилей;

(б) *вертикальная фирма* — фирма, осуществляющая два или более вертикально связанных между собой вида деятельности, например изготовление узлов автомобилей (сцепления, стального каркаса) и сборку автомобилей;

(в) *диверсифицированная фирма, или конгломерат*, — фирма, занятая несколькими не связанными между собой видами производственной деятельности, например сборкой автомобилей и выпечкой хлеба.

См. ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ.

ФИРМА-«ГРАБИТЕЛЬ» (asset-stripper)— фирма-хищник, которая захватывает контроль над другой фирмой (см. ПОГЛОЩЕНИЕ) с целью последующей продажи АКТИВОВ этой фирмы (целиком или по частям) и получения финансовой выгоды, а не дальнейшего продолжения деятельности предприятия.

Классическая предпосылка для «раздирания» активов возникает, когда потенциальная рыночная стоимость активов фирмы намного превышает ту сумму, которую придется заплатить «хищнику», чтобы купить эту фирму, т. е. когда появляется существенное расхождение между ценностью активов фирмы-жертвы в расчёте на одну акцию и ценой за акцию, которую нужно заплатить, чтобы поглотить фирму. Такое расхождение является обычно результатом одновременного действия двух следующих факторов: (а) общей недооценки активов фирмы в её БАЛАНСЕ; (б) плохого управления или неудач, приводящих к падению прибыли или убыткам, снижающим курс акций фирмы.

ФИСКАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ (fiscal stance) — позиция правительства в применении ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ. Иными словами, это позиция государства в вопросе, уравнивать свои расходы доходами от налогообложения (планируемый СБАЛАНСИРОВАННЫЙ БЮДЖЕТ) или сознательно планировать большие расходы, чем можно получить в виде налоговых поступлений (планируемый БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ), или сознательно планировать расходовать меньше, чем ожидается налоговых поступлений (планируемый БЮДЖЕТНЫЙ ИЗЛИШЕК). Однако фактическое состояние государственного бюджета может отклониться от фискальной позиции правительства, когда, например, рецессия вызывает падение налогооблагаемых доходов и расходов ниже ожидавшегося уровня, а рост пособий по безработице и других социальных выплат оказывается выше ожидавшегося уровня. Таким образом, без какого-либо изменения фискальной позиции правительства и налоговых ставок состояние государственного бюджета и заёмные требования государства могут варьировать вместе с уровнем экономической занятости.

См. ПОТРЕБНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА В ЗАЙМАХ.

ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА (fiscal policy) — институт системы УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ, предназначенный для регулирования уровня экономической активности в стране путём изменения НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ и ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ.

Налоговые власти (в Великобритании это прежде всего МИНИСТЕРСТВО ФИНАНСОВ) могут использовать ряд мер для измене-

ния СОВОКУПНОГО СПРОСА или общих расходов: ПРЯМЫЕ НАЛОГИ на частные лица (ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ) и компании (НАЛОГ НА КОПОРАЦИИ) могут быть увеличены, если необходимо сократить общие расходы, например для снижения ИНФЛЯЦИИ (повышение подоходного налога уменьшает располагаемый доход людей, и аналогично повышение налога на корпорации приводит к сокращению части прибыли, идущей на выплату дивидендов и реинвестиции). Другой способ снижения расходов — повышение КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ: увеличение НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, затрагивающее все продукты, или увеличение АКЦИЗОВ по отдельным продуктам (таким как бензин и сигареты), повышение их цены вызовет понижение покупательной способности потребителей.

Правительство может воздействовать на общие расходы в экономике, изменяя свои собственные расходы. Так, сокращение государством текущих закупок продуктов или капиталовложений понижает общий уровень расходов в экономике.

Налоговые поступления и государственные расходы связаны в ГОСУДАРСТВЕННОМ БЮДЖЕТЕ: общий уровень расходов в экономике можно сократить, повысив налоги и урезав расходы. В этом случае образуется излишек госбюджета. Если цель состоит в увеличении общих расходов, то правительство должно пойти на бюджетный дефицит, снижая налоги и увеличивая свои расходы.

Снижение государственных расходов и рост налогов (ИЗЪЯТИЯ из КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА) приводят к сокращению совокупного спроса и через эффект МУЛЬТИПЛИКАТОРА ослабляют инфляционное давление при «перегреве» экономики. Напротив, повышение государственных расходов и/или понижение налогов (ВЛИВАНИЯ в кругооборот национального дохода) стимулируют совокупный спрос и через эффект мультипликатора создают дополнительные рабочие места, уменьшая уровень БЕЗРАБОТИЦЫ. На рис. 133 показано увеличение совокупного спроса с AD до AD_1 и национального дохода с Y до Y_1 под действием повышения государственных расходов и/или снижения налогов, а также падение совокупного спроса с AD до AD_2 и национального дохода с Y до Y_2 в результате сокращения государственных расходов и/или повышения налогов.

Использование бюджетного дефицита в качестве средства борьбы с безработицей впервые было предложено ДЖ. КЕЙНСОМ в 1920–1930 гг. С широким принятием после 1945 г. западными странами кейнсианских идей фискальная политика стала применяться как основное средство «точной настройки» экономики с целью достижения полной занятости.

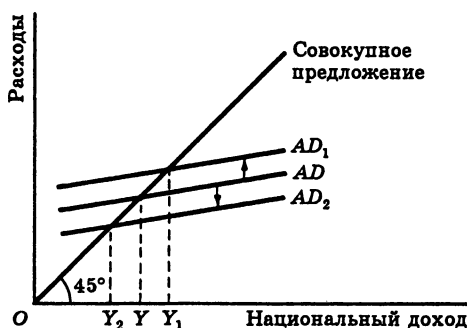


Рис. 133. Фискальная политика. Эффект от: (а) увеличения государственных расходов (снижения налогов) — AD_1 ; и (б) понижения государственных расходов (повышения налогов) — AD_2 .

На практике использование фискальной политики в качестве инструмента *краткосрочной* стабилизации встречает определённые трудности, уменьшающие её эффективность. Изменение налоговых ставок (особенно ставок подоходного налога) с административной точки зрения трудно предпринять, и осуществление этого изменения займёт известное время. Точно так же значительная часть государственных расходов, например, на школы, дороги, больницы и оборону, отражает *долгосрочные* экономические и социальные обязательства и не может быть пересмотрена без длительного процесса лоббирования. Кроме того, изменение ставок налогообложения и расходов вызывает эффект мультипликатора (т. е. определённое исходное изменение расходов увеличивается в несколько раз и распространяется по всей экономике), масштабы которого трудно предсказать.

Более того, использование фискальной политики для поддержания совокупного спроса на высоком уровне, с тем чтобы достичь полной занятости, зачастую ведёт к инфляции спроса.

Опыт применения фискальной политики показал, что краткосрочный подход к экономическому управлению оказывается не особенно удачным при стабилизации экономики. Поэтому в последние годы большая значимость стала придаваться среднесрочному управлению экономикой (см. СРЕДНЕСРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ).

См. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ, ДЕФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВ, КЕЙНСИАНСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, МОНЕТАРИЗМ, КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ,

ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ, ЭФФЕКТ ВЫТЕСНЕНИЯ.

ФИСКАЛЬНЫЙ ТОРМОЗ (fiscal drag) — сдерживающее воздействие, оказываемое ПРОГРЕССИВНЫМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕМ на расширение экономики. С ростом НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА возрастающая часть личных доходов попадает в высокие диапазоны шкалы НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, что увеличивает налоговые поступления государства. Рост налогообложения создаёт ИЗЪЯТИЯ из КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, которые приводят к большему снижению темпов роста СОВОКУПНОГО СПРОСА, чем то, что имело бы место в противном случае. Чтобы смягчить эффект фискального тормоза, государство может регулярно повышать льготы по личному подоходному налогу в рамках ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ.

Фискальный тормоз может также приводить к автоматическому ослаблению давления ИНФЛЯЦИИ на экономику, ибо при высокой инфляции люди, как правило, переходят в более высокие налоговые группы, в результате чего их общие налоговые платежи увеличиваются, сокращая их располагаемый доход и уменьшая совокупный спрос. Таким образом, понижается давление ИНФЛЯЦИИ СПРОСА.

См. АВТОМАТИЧЕСКИЕ (ВСТРОЕННЫЕ) СТАБИЛИЗАТОРЫ.

ФОВ (F. o. b) — аббревиатура от английского free-on-board. С точки зрения ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА ФОВ означает, что включаются только базовые цены на импортируемые и экспортируемые товары (плюс стоимость погрузки) и не включаются затраты «стоимость—страхование—фрахт» (СИФ), сопряженные с транспортировкой товаров из одной страны в другую.

ФОНД ПОГАШЕНИЯ (sinking fund) — фонд, в который периодически делаются отчисления, накапливаемые на основе СЛОЖНОГО ПРОЦЕНТА. Эти отчисления должны быть достаточны для обеспечения в будущем необходимых инвестиционных расходов или погашения ОБЯЗАТЕЛЬСТВА. Подобный фонд может использоваться для финансирования замены ОСНОВНОГО КАПИТАЛА в конце срока службы последнего, или для выкупа акций компании, отданных под залог при получении ссуды, или подлежащих погашению облигаций.

ФОНДОВАЯ БИРЖА, или РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ (stock exchange or stock market) — РЫНОК, на котором происходят покупка и продажа АКЦИЙ компаний и государственных ОБЛИГАЦИЙ. Фондовая биржа вместе с ДЕНЕЖНЫМ РЫНКОМ, на котором осуществляются операции с краткосрочными ценными бумагами компаний и государства, является основным источни-

ком внешнего финансирования для промышленности и государства.

Институты, действующие на фондовой бирже в Великобритании, включают СОЗДАТЕЛЕЙ РЫНКА, которые действуют как ДЖОББЕРЫ и БРОКЕРЫ, различных специализированных брокеров, ЭМИССИОННЫЕ ДОМА, ТОРГОВЫЕ БАНКИ и в качестве основных покупателей и продавцов ценных бумаг — ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК, КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ, ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ, СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ, ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ и ИНВЕСТИЦИОННЫЕ КОМПАНИИ. Кроме того, на фондовой бирже действуют также отечественные и иностранные физические и юридические лица.

Фондовая биржа выполняет две принципиально важные функции. Она обеспечивает (а) первичный рынок, или рынок «новых эмиссий», на котором создаётся капитал для финансирования инвестиций и других целей посредством выпуска новых акций и облигаций (см. ЭМИССИЯ АКЦИЙ), и (б) вторичный рынок операций с существующими ценными бумагами, включая форвардные операции (см. ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК). Этот вторичный рынок даёт возможность быстрого передвижения ценных бумаг от продавцов к покупателям.

Таким образом, фондовая биржа занимает важное место в ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЕ страны, обеспечивая функционирование механизма превращения сбережений в физические и портфельные инвестиции.

В Великобритании основным центром операций с ценными бумагами является Лондонская фондовая биржа. Крупнейшими региональными британскими финансовыми центрами являются фондовые биржи в Глазго, Ливерпуле, Бирмингеме, Йорке и Белфасте.

Для допуска на биржу или котировки своих акций на Лондонской фондовой бирже компании должны выполнить ряд требований. Они должны представить доказательство финансовой устойчивости и данные о предшествующей хозяйственной деятельности. Компании должны выделить как минимум 25% выпуска акций на продажу широкой публике. Следует также отметить, что небольшим компаниям, стремящимся создать капитал для финансирования своей деятельности, предоставляются более мягкие условия, не предусматривающие получение полного листинга (см. ВНЕБИРЖЕВОЙ РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ).

В последние годы фондовые рынки всего мира, в том числе в Лондоне, Нью-Йорке, Токио, Цюрихе, Париже, становятся все более взаимозависимыми в результате роста транснациональ-

ных компаний, чьи ценные бумаги продаются на многих биржах. Вместе с тем финансовые институты и фондовые фирмы (securities firms) сами по себе уже вышли за национальные рамки. Все это привело к усилению конкуренции на фондовых рынках, что послужило в свою очередь причиной ряда важных перемен. В частности, на британском фондовом рынке к этим переменам относятся: (а) так называемый «большой шок» («big bang») — запрещение (по указанию УПРАВЛЕНИЯ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ) картельных соглашений, устанавливающих минимум комиссионных в сделках с ценными бумагами, и ликвидация традиционного разделения функций брокеров и джобберов; (б) различные слияния и совместные операции британских фондовых фирм с международными финансовыми и банковскими группами, осуществляемые для предоставления клиентам более диверсифицированного набора финансовых услуг и расширения географического охвата; (с) компьютеризация операций с ценными бумагами, заключающаяся прежде всего в использовании электронной системы биржевых котировок, которая обеспечивает связь между покупателями и продавцами ценных бумаг в глобальном масштабе. Все эти изменения повсеместно преобразовали ежедневный бизнес с ценными бумагами из сделок с непосредственным присутствием покупателей и продавцов на фондовой бирже в сделки, совершаемые по телефону и с использованием компьютерных терминалов в биржевых залах.

Учитывая рост масштабов международных операций, Лондонская фондовая биржа объединилась с Международной организацией по регулированию сделок с ценными бумагами, которая представляет крупные международные фондовые фирмы. В настоящее время они образуют единый рынок операций с отечественными и иностранными ценными бумагами — Лондонскую международную фондовую биржу.

Британский рынок ценных бумаг регулируется Ассоциацией по ценным бумагам (TSA) и Ассоциацией фьючерсных брокеров и дилеров (AFBD) в соответствии с различными стандартами, установленными в ЗАКОНЕ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ в 1986 г.

См. РЫНОК КАПИТАЛА, КОДЕКС СИТИ, СПЕКУЛЯНТ, ПОКУПКА/ПРОДАЖА АКЦИЙ, ИНДЕКС КУРСА АКЦИЙ, ОПЕРАЦИИ ИНСАЙДЕРА.

ФОНДОВООРУЖЁННОСТЬ (capital-labour ratio) — отношение затрат КАПИТАЛА к затратам ТРУДА в экономике. Если с течением времени затраты капитала увеличиваются теми же темпами, что и затраты труда, то фондовооружённость остается неизменной (см. РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА). Если же затраты капитала увеличиваются более высокими темпами, чем затраты

труда, то имеет место «УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА». Фондовооруженность является одним из элементов процесса ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

См. КАПИТАЛОИНТЕНСИВНАЯ ФИРМА/ОТРАСЛЬ, ТРУДОЕМКАЯ ФИРМА/ОТРАСЛЬ, АВТОМАТИЗАЦИЯ.

ФОРВАРДНЫЙ РЫНОК (forward exchange market) — см. ФЬУЧЕРСНЫЙ РЫНОК.

ФОРФЕЙТИНГ (forfeiting) — финансирование одной фирмой (форфейтером) другой фирмы (клиента) путём покупки товаров, которые клиент уже продал потребителю, но за которые последний еще не заплатил. Форфейтер (обычно это филиал коммерческого банка или специализированная фирма) покупает товары клиента за наличные деньги, но со скидкой, давая таким образом возможность клиенту высвободить средства, чтобы обеспечить свои потребности в ОБОРОТНОМ КАПИТАЛЕ. Затем форфейтер взимает причитающиеся деньги с потребителя, которому были проданы товары, освобождая таким образом клиента от связанной с этим канцелярской работы.

ФРАНШИЗА (franchise) — предоставление одной ФИРМОЙ (франчайзором) другой фирме (*исключительная франшиза*) или другим фирмам (*неисключительная франшиза*) права на производство её продукта. Франшиза — форма договорных отношений (см. КОНТРАКТ), заключаемых на определённый период, причём получатель франшизы платит франчайзору ЛИЦЕНЗИОННЫЙ ПЛАТЁЖ за предоставленные права. В качестве примеров франшизы можно назвать сеть ресторанов быстрого питания «Kentucky Fried Chicken» и «McDonald Burger». Обычно индивидуальные получатели франшизы должны выделить значительную долю своего капитала франчайзору («родительской» фирме), который предоставляет им техническую помощь, специализированное оборудование, а также обеспечивает рекламу и продвижение на рынке их продукции. Франшиза позволяет франчайзору расширять свое дело, не привлекая больших сумм капитала.

ФРАХТ, или ГРУЗ (freight or cargo) — товары (обращающиеся как на внутреннем, так и на внешнем рынках), находящиеся в процессе транспортировки по автодорогам, железным дорогам, водным путям или воздуху от производителя или со склада потребителю. Перевозка товаров может осуществляться как собственным сбытовым подразделением поставщика, так и независимыми транспортными предприятиями и ЭКСПЕДИТОРСКИМИ ФИРМАМИ.

См. СИФ, ФОБ.

ФРИДМЕН, МИЛТОН (р. 1912) (Friedman, Milton) — американский экономист. В своей книге «Капитализм и свобода» (1962) он отстаивает достоинства системы свободного рынка и утверждает, что государственное регулирование рынков должно быть сведено к минимуму.

Фридмен подвергает критике кейнсианскую политику точной настройки государством совокупного спроса, утверждая, что эта политика усиливает неопределённость и может дестабилизировать экономику. Взамен этого он предлагает, чтобы государство постепенно увеличивало ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ с темпом, равным темпу долгосрочного прироста национального продукта для того, чтобы устранить инфляционные тенденции в экономике. Если уровень инфляции в стране высок, то, по мнению Фридмена, резкое сокращение темпов роста предложения денег может понизить спрос и вызвать увеличение безработицы. Однако он считает, что такой рост безработицы будет носить временный характер, ибо, как только ожидания людей по поводу будущего уровня инфляции понизятся, полная занятость может быть восстановлена. Монетаристские идеи Фридмена оказали значительное влияние на государственную политику в 1980-х гг.

Фридмен изучал также связь между потреблением и доходом, отвергая идею кейнсианства, что с ростом доходов населения доля дохода, идущая на потребление, уменьшается, а доля, идущая на сбережения, увеличивается. Он утверждал, что потребление составляет постоянную часть ПЕРМАНЕНТНОГО ДОХОДА потребителя и что с ростом дохода в долгосрочной перспективе доля расходов остается неизменной.

См. МОНЕТАРИЗМ.

ФРИКЦИОННАЯ БЕЗРАБОТИЦА, или **ПЕРЕХОДНАЯ БЕЗРАБОТИЦА** (frictional unemployment or transitional unemployment) — БЕЗРАБОТИЦА, связанная с переменной места работы. В отдельных случаях люди, уволившись с одной работы, на следующий день могут приступить к другой. Иногда они могут оказаться временно безработными на период поиска нового рабочего места. В последнем случае и возникает фрикционная безработица, так как рынки труда не в состоянии немедленно уравнивать спрос на рабочую силу с её предложением. Часть фрикционной безработицы может рассматриваться как добровольная, поскольку люди сами решают оставить свою работу, надеясь найти лучшую; другая часть фрикционной безработицы является вынужденной: работников увольняют и они вынуждены искать новое рабочее место.

ФУНДАМЕНТАЛЬНОЕ НЕРАВНОВЕСИЕ (fundamental disequilibrium) — ситуация при СИСТЕМЕ ФИКСИРОВАННЫХ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ, когда страна имеет *устойчивый* (долгосрочный) дефицит или излишек ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА при определённом (фиксированном) курсе национальной валюты. Единственный способ покончить с этой ситуацией (учитывая неадекватность таких внутриэкономических мер, как ДЕФЛЯЦИЯ и РЕФЛЯЦИЯ) — ДЕВАЛЬВАЦИЯ 2 валюты (когда требуется устранить дефицит), состоящая в понижении её курса, и РЕВАЛЬВАЦИЯ 2 валюты (если необходимо избавиться от излишка), заключающаяся в повышении её курса.

См. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, МОДЕЛЬ ВНУТРЕННЕГО — ВНЕШНЕГО РАВНОВЕСИЯ.

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА (functional distribution of income) — распределение НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА по группам ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА: ТРУДА, КАПИТАЛА и т. д. В данном случае доход рассматривается как оплата различных производственных факторов за их вклад в создание выпуска. Крупнейшим элементом факторных платежей является ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, как это показано ниже.

**Функциональное распределение национального
дохода Великобритании в 1991 г.**

	доля в %
Зарплата	77.5
Прибыль	13.7
Рента	8.8

Источник: National Income & Expenditure (Blue Book), CSO 1992.

ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ (cost function) — функция, которая описывает общую связь расхода ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА с объёмом ВЫПУСКА фирмы. Для того, чтобы определить затраты производства конкретной продукции, нужно знать не только необходимый объём затрат каждого фактора, но и его цену. Функцию затрат можно вывести из ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ, используя данные о ценах и факторах производства. В общем виде функция затрат выглядит следующим образом:

$$C_Q = f(p_1 I_1, p_2 I_2, \dots, p_n I_n),$$

где C_Q — затраты на производство объёма продукции Q ; p_1, p_2 и т. д. — цены на различные факторы производства; I_1, I_2 и т. д. — требуемое количество факторов 1, 2 и т. д. Цены факторов p_1, p_2 и т. д., которые фирма должна заплатить, чтобы привлечь *требуемое* количество этих факторов, зависят от вза-

имодействия спроса и предложения на рынках факторов производства.

См. ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ИЗОКОСТА, ИЗОКВАНТА.

ФУНКЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ (utility function) — функция, выражающая ПОЛЕЗНОСТЬ в зависимости от количества товаров и услуг, которое потребляет индивид:

$$U_i = U(x_1, x_2, \dots, x_n),$$

где U_i — ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ и $x_1, x_2, \dots, x_n$ — объёмы потребления благ.

Для того чтобы достичь РАВНОВЕСИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ, индивид должен выбрать в соответствии со своими предпочтениями такую комбинацию благ, которая максимизирует ОБЩУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ при данном его доходе.

См. КАРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ.

ФУНКЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ (consumption function) — представление общей взаимосвязи между зависимой переменной — РАСХОДАМИ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ — и различными независимыми переменными, определяющими потребление, как-то: текущий РАСПОЛАГАЕМЫЙ ДОХОД, доход предшествующих периодов и БОГАТСТВО.

См. ГРАФИК ПОТРЕБЛЕНИЯ, ГИПОТЕЗА ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА, ГИПОТЕЗА ПЕРМАНЕНТНОГО ДОХОДА, ЭФФЕКТ БОГАТСТВА.

ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (supply function) — форма представления связи между ЗАВИСИМОЙ ПЕРЕМЕННОЙ — объёмом предложения (Q_s) — и различными НЕЗАВИСИМЫМИ ПЕРЕМЕННЫМИ, определяющими этот объём. В число этих независимых переменных входят ЦЕНА продукта (P), цены факторов производства (P_1 и P_2), состояние технологии (T), цели предприятия (G). Уравнение предложения выглядит следующим образом:

$$Q_s = f(P, P_1, P_2, T, G).$$

В соответствии с данным уравнением изменения любой из независимых переменных влияют на объём предложения, и, если мы намерены установить частное влияние какой-либо одной из этих переменных на объём предложения, мы должны предположить, что воздействие остальных переменных постоянно (принцип CETERIS PARIBUS).

См. также КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, СДВИГ КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ФУНКЦИЯ СПРОСА (demand function) — функция, связывающая ЗАВИСИМУЮ ПЕРЕМЕННУЮ (величину спроса Q_d) с различными

ми НЕЗАВИСИМЫМИ ПЕРЕМЕННЫМИ, определяющими спрос, такими как цена продукта (P), доход (Y), цена продуктов-заменителей (P_s), реклама (A) и т. д.:

$$Q_d = f(P, Y, P_s, A, \dots).$$

Изменение любой из этих переменных изменяет величину спроса, и если мы хотим узнать чистое влияние какой-нибудь одной из этих переменных на спрос, то нам следовало бы сохранить другие независимые переменные неизменными (CETERIS PARIBUS).

См. КРИВАЯ СПРОСА, СДВИГ КРИВОЙ СПРОСА.

ФУНТ СТЕРЛИНГОВ (pound) — стандартная валютная единица Великобритании и некоторых других стран, в основном членов Британского Содружества. При использовании в международных расчётах британский фунт стерлингов называется СТЕРЛИНГОМ для того, чтобы отличать его от фунтов других стран, таких как ливанский или египетский фунты.

ФЬЮЧЕРСНЫЙ РЫНОК, или **ФОРВАРДНЫЙ РЫНОК** (futures market or forward exchange market) — рынок, предусматривающий куплю-продажу сырья (каучука, олова и т. п.) и ИНОСТРАННЫХ ВАЛЮТ с поставкой к определённом моменту в будущем, в отличие от НАЛИЧНОГО РЫНКА, предусматривающего немедленную поставку. Фьючерсные сделки заключаются торговцами, оперирующими конкретным финансовым активом или товаром, цена которого подвержена сильным колебаниям во времени, для того чтобы минимизировать риск и неопределённость в ближайшем будущем (т. е. чтобы застраховаться от неблагоприятных изменений цен), а также дилерами и спекулянтами (см. СПЕКУЛЯЦИЯ), рассчитывающими на получение значительных доходов в результате точного прогнозирования изменения цен.

Торговцы пытаются минимизировать неопределённость по поводу будущих цен, покупая или продавая *фьючерсы*, в частности ОПЦИОНЫ, т. е. контракты, предусматривающие покупку либо продажу товара или финансового актива по цене, оговорённой сейчас, с доставкой к определённом моменту в будущем, обычно в пределах трех месяцев. Так, производитель шоколада может заключить договор на покупку необходимого количества какао по нынешней цене плюс процентная надбавка за риск с доставкой через три месяца. Даже если цена какао резко возрастёт, производитель шоколада знает, что он может купить какао по более низкой контрактной цене, и, таким образом, он получает возможность заранее планировать свои расхо-

ды на сырьё. Аналогично производители какао могут заключить договор на продажу своего продукта по цене, оговорённой сейчас, с поставкой в ближайшем будущем для того, чтобы защититься от неблагоприятных изменений цен. В отличие от наличного рынка, где происходит физический обмен товаров, на рынке фьючерсов имеет место только купля-продажа контрактов.

Между исходными продавцами и конечными покупателями, использующими фьючерсы как средство минимизации риска, стоят различные дилеры и спекулянты, которые покупают и продают контракты исходя из своих ожиданий по поводу возможных изменений цен на товары, фигурирующие в контрактах, с целью получения прибылей.

Цены на фьючерсном рынке отражают ожидаемые в будущем условия спроса и предложения товара, ценной бумаги или иностранной валюты.

Эти цены частично базируются на текущих ценах наличного рынка, но, кроме того, в них учитываются процентные ставки и тенденции изменения темпа инфляции. Разница между текущей наличной ценой товара и его ценой по срочному контракту образует «форвардную маржу». Форвардная маржа может быть либо надбавкой, либо скидкой к наличной цене. Форвардная маржа по конкретному товару (например, какао), как правило, примерно одинакова на разных товарных рынках в Лондоне, Чикаго и т. д. в результате купли-продажи фьючерсных контрактов, происходящей между этими рынками (АРБИТРАЖ).

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ (product performance) — аспект ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА, обозначающий свойства существующих продуктов, а также намерения фирм в отношении разработки новых продуктов. Введение новых продуктов и улучшение качества существующих могут повышать благосостояние потребителей, обеспечивая им рост ценности денег в смысле соотношения цена—качество. Рис. 134.

См. также ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА, ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ, ИЗОБРЕТЕНИЕ, ИННОВАЦИЯ, ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА.

ХЕДЖИРОВАНИЕ (hedging) — способ уменьшения риска, вызванного неопределённостью будущих (неизвестных) колебаний цен на сырьё (каучук, чай), ФИНАНСОВЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ (акции, облигации и т. д.) или ИНОСТРАННУЮ ВАЛЮТУ. Хеджирование заключается в совершении форвардных продаж или

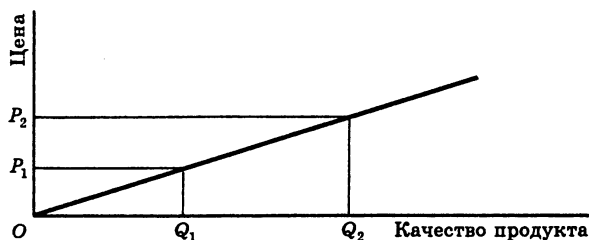


Рис. 134. Характеристика продукции. Улучшение качества продукта от OQ_1 до OQ_2 может позволить фирме, производящей данный продукт, поднять цену с OP_1 до OP_2 , что будет отражать это улучшение качества. Если цена увеличивается менее чем пропорционально улучшению качества продукта Q_1Q_2 , т. е. меньше чем на P_1P_2 (как показано на рисунке), то потребитель получает чистую выгоду от улучшения качества продукта.

покупок первичных благ, ценных бумаг или иностранной валюты на ФЬЮЧЕРСНОМ РЫНКЕ или путём покупки ОПЦИОНА, снижающего степень подверженности его владельца ценовым колебаниям.

См. ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ.

ХИЩНИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ (predatory pricing) — ценовая политика, проводимая фирмой (или фирмами) с явной целью нанести вред конкурирующим производителям или с целью эксплуатации потребителей. Примерами первого могут служить ЦЕНОВОЕ СЖАТИЕ и «избирательное» снижение цен для того, чтобы «выкинуть» конкурентов с рынка, а эксплуатация потребителей достигается посредством повышения цен монополиями производителями (см. МОНОПОЛИЯ) и КАРТЕЛЯМИ.

См. также ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ (holding company) — компания, контролирующая одну или несколько других компаний. Собственность может быть полной (100%) или частичной (51% и более голосующих акций). Подобная собственность предоставляет возможность контроля над политикой дочерних компаний. Холдинговая компания включает бухгалтерский отчёт о результатах деятельности дочерних компаний в бухгалтерскую отчётность всей группы компаний.

Холдинговые компании наиболее часто используются для диверсификации или создания конгломерата, когда одна фирма управляет рядом отдельных компаний, действующих в различных сферах производства, но каждая из этих компаний в той или иной степени зависит от «материнской компании».

См. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ.

Ц

ЦЕЛИ ФИРМЫ (firm objectives) — элемент рыночного поведения, обозначающий задачи, которые ставит перед собой фирма при производстве товаров и услуг. В традиционной теории фирмы и теории рынков для облегчения сравнения рынков вводится предпосылка, что *все* фирмы, независимо от того, находятся ли они в условиях совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии или монополии, стремятся к максимизации прибыли. Позднее в теории был выдвинут ряд альтернативных целей фирмы, таких как максимизация выручки и максимизация темпов роста активов. В рамках этих подходов прибыль рассматривается скорее как средство достижения какой-то другой цели, чем как конечная цель сама по себе.

См. **УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ФИРМЫ**, **ОТДЕЛЕНИЕ СОБСТВЕННОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ**, **ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ**, **ТЕОРИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ**, **МАКСИМИЗАЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕГО**.

ЦЕНА (price) — денежное выражение ценности товара, услуги, актива или фактора производства. На некоторых рынках (например, на рынках совершенной конкуренции) цена определяется взаимодействием спроса и предложения. На других же рынках (например, при монополии) сильные производители имеют свободу действий в определении цен на свою продукцию. При определённых обстоятельствах цены могут устанавливаться в соответствии с государственной политикой контроля над ценами или регулироваться политикой цен и доходов.

См. также **РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА**, **УПРАВЛЯЕМАЯ ЦЕНА**.

ЦЕНА ЗАКРЫТИЯ (shutdown price) — рыночная цена, которая настолько низка, что максимизирующий прибыль производитель не в состоянии покрыть переменные затраты в коротком периоде на производство данного блага. При такой цене фирма не может получить сумму выручки, достаточную для того, чтобы произвести отчисления из валовой прибыли на возмещение

ПОСТОЯННЫХ ЗАТРАТ, и даже не способна покрыть переменные затраты. В результате фирма несёт убытки и возникает необходимость в остановке производства.

См. УБЫТОК, МИНИМИЗАЦИЯ УБЫТКОВ.

ЦЕНА ПОКУПАТЕЛЯ (bid price) — цена, по которой дилер, занимающийся сделками с ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ (такими как АКЦИИ, ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТОЙ или реальным ТОВАРОМ — олово, пшеница и т. д.), готов купить ценную бумагу, валюту или товар. Обычно дилеры называют две цены: более низкую (цена покупателя) и более высокую («цена продавца» или «цена предложения»), по которой они готовы продать ценную бумагу и т. д. Разница между ценой продавца и ценой покупателя (маржа) представляет собой прибыль дилера от данной сделки.

ЦЕНА ПРОНИКНОВЕНИЯ (penetration price) — ценовая политика, заключающаяся в установлении сравнительно низкой ЦЕНЫ на продукт для того, чтобы увеличить объём продаж и завоевать рынок. Такая политика полезна для фирмы при условии, что потребители чувствительны к цене, т. е. спрос эластичен по цене.

См. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ, ЦЕНА «СНЯТИЯ СЛИВОК».

ЦЕНА «СНЯТИЯ СЛИВОК» (skimming price) — ценовая политика, заключающаяся в установлении сравнительно высокой ЦЕНЫ на продукт для обеспечения высокой прибыли. Эта политика может применяться фирмой в том случае, если потребители нечувствительны к изменениям цены, т. е. спрос неэластичен по цене (см. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ).

См. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА, ЦЕНА ПРОНИКНОВЕНИЯ.

ЦЕННАЯ БУМАГА (financial security) — финансовый инструмент, выпускаемый компаниями, финансовыми институтами и государством с целью получения дополнительного капитала. Наиболее часто используются следующие виды ценных бумаг: АКЦИИ, ЗАКЛАДНЫЕ ССУДЫ, ПЕРЕВОДНЫЕ ВЕКСЕЛЯ, КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ и ОБЛИГАЦИИ. После того как эти ценные бумаги эмитированы, они могут продаваться и покупаться на ДЕНЕЖНОМ РЫНКЕ или на ФОНДОВОЙ БИРЖЕ.

См. ОРДЕР, ДЕПОЗИТНЫЙ СЕРТИФИКАТ, КОНСОЛЬ.

ЦЕННОСТЬ (value) — значимость АКТИВА или ПРОДУКТА в денежном выражении. Экономисты XVIII — начала XIX в., такие как Адам СМИТ и Дэвид РИКАРДО, предполагали, что ценность актива или продукта определяется количеством ТРУДА, необходимого для его производства. Позднее такие экономисты, как Уильям ДЖЕВОНС, утверждали, что ценность продукта определяется его ПОЛЕЗНОСТЬЮ для потребителя. В настоя-

щее время экономисты полагают, что ценность продукта определяется как факторами предложения, так и факторами спроса; это проявляется в установлении РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ на этот продукт.

См. также ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ, ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ, ПАРАДОКС ЦЕННОСТИ.

ЦЕННОСТЬ ТОРГОВОЙ МАРКИ (brand value) — денежная стоимость устоявшейся ТОРГОВОЙ МАРКИ. Оценка торговой марки отражает ПРИВЕРЖЕННОСТЬ (ПОТРЕБИТЕЛЯ) К ТОРГОВОЙ МАРКЕ, сформированную в результате её РЕКЛАМИРОВАНИЯ.

См. ПОГЛОЩЕНИЕ.

ЦЕННЫЕ БУМАГИ НА ПРЕДЪЯВИТЕЛЯ (bearer bonds) — ЦЕННЫЕ БУМАГИ, которые не регистрируются за конкретным собственником, ибо само владение ими служит доказательством права собственности. Такие ценные бумаги распространены в американской финансовой системе; в Великобритании, где имена держателей АКЦИЙ заносятся в книгу акционеров компании, они довольно редки.

ЦЕННЫЕ БУМАГИ С ФИКСИРОВАННОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ (fixed-interest financial securities) — любая ЦЕННАЯ БУМАГА с заранее определённой фиксированной ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ, начисляемой не её НОМИНАЛ. Примеры: КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ, ЗАКЛАДНЫЕ ССУДЫ и ПРИВИЛЕГИРОВАННЫЕ АКЦИИ. Так, закладная ссуда с номиналом в 100 ф. ст. при 5% приносит фиксированный процентный доход 5 ф. ст. в год до истечения срока её действия, т. е. до момента погашения.

См. ОБЛИГАЦИЯ.

ЦЕНОВАЯ ВОЙНА (price war) — конкурентная борьба производителей, основанная на агрессивном снижении цен. Ценовая война обычно возникает тогда, когда спрос на продукт снижается, вследствие чего на рынке возникает ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ. Если ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ составляют большую часть общих затрат, у производителей могут возникнуть стимулы к снижению цен для того, чтобы поддержать полное использование производственных мощностей.

Ценовая война полезна для потребителей и улучшает РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ на рынке, так как ведёт к устранению неэффективных производителей с высокими производственными затратами. С точки зрения производителей проблема заключается в том, что снижение цен в результате конкуренции ведёт к уменьшению прибыльности рынка и положение каждого из производителей может ухудшиться. По этой причине производители, особенно в условиях ОЛИГОПОЛИИ, будут стараться из-

бежать ценовой войны и направить свои усилия в конкурентной борьбе на ДИФФЕРЕНЦИАЦИЮ ПРОДУКТА.

См. МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ, ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО.

ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ (price discrimination) — ситуация, когда производитель продаёт *одинаковые* продукты на разных отдельных РЫНКАХ по *разным* ценам. Эти рынки могут быть изолированы друг от друга по многим причинам, включая различное географическое положение (например, внутренних и зарубежный рынки), назначение самого продукта (например, детали для сборки и запасные части для автомобилей) и требования потребителей (например, промышленное и бытовое потребление электричества).

Ценовая дискриминация может быть как прибыльной, так и убыточной. Например, дискриминирующие цены могут использоваться в качестве средства финансирования работающих на полную мощность производств, облегчая таким образом достижение существенной ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА в производстве. С другой стороны, ценовая дискриминация может использоваться как средство увеличения монопольных прибылей.

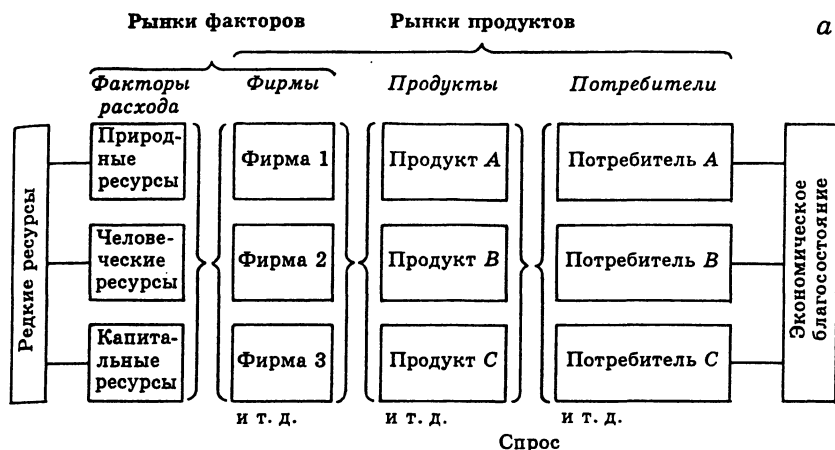
См. ДИСКРИМИНИРУЮЩИЙ МОНОПОЛИСТ.

ЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (price competition) — форма соперничества между производителями, которая заключается в попытке привлечь к себе потребителей, предлагая товар по цене более низкой, чем у конкурентов.

Ценовая конкуренция особенно выгодна для потребителей, так как приводит к установлению цен, которые соответствуют реальным затратам на производство продукта, и к повышению эффективности РАЗМЕЩЕНИЯ РЕСУРСОВ на рынке посредством удаления с него неэффективных производителей с высокими производственными затратами (см. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ). Но производители зачастую сопротивляются ценовой конкуренции, так как она уменьшает прибыльность от действий на рынке. Согласовывая условия продажи (например, как при ОЛИГОПОЛИИ), производители могут избежать ценовой конкуренции.

См. ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО, ЦЕНОВОЙ ПАРАЛЛЕЛИЗМ, СГОВОР, МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ.

ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА, или **РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ** (price system or market mechanism) — устройство экономики, в которой основные решения относительно того, что производить, как производить и как распределять продукцию (доходы), принимаются на основе взаимодействия покупателей и продавцов на рынках продуктов и факторов (см. рис. 135).



Использование наиболее эффективных комбинаций ресурсов для производства каждого продукта

Размещение ресурсов между продуктами в соответствии со структурой спроса

Размещение потребительского дохода между продуктами

б

		Рынки продуктов		Рынки факторов	
		Рынок гороха	Рынок моркови	Ресурсы гороха	Ресурсы моркови
Короткий период		$D = S$	$D = S$	$DF = SF$	$DF = SF$
		$D \uparrow$	$D \downarrow$		
		$D > S$	$D < S$		
		$P \uparrow$	$P \downarrow$		
		$Pr \uparrow$	$Pr \downarrow$		
Длительный период	Вход на рынок	Выход с рынка		$DF \uparrow$	$DF \downarrow$
	$S \uparrow$	$S \downarrow$		$DF > SF$	$DF < SF$
	$P \downarrow$	$P \uparrow$		$Pf \uparrow$	$Pf \downarrow$
	$Pr \downarrow$	$Pr \uparrow$			
	$D = S$	$D = S$			

Ключ: D — спрос на продукт; S — предложение продукта; P — цена продукта; Pr — прибыль производителей; Pf — цена фактора; SF — предложение фактора; DF — спрос на фактор.

Рис. 135. Ценовая система.

В ЭКОНОМИКЕ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА или в СМЕШАННОЙ ЭКОНОМИКЕ, в которой ведущим является частный сектор, текущий уровень выпуска и потребления продуктов является результатом того, что различные решения потребителей и фирм проявляются через ценовую систему, так как они реализуются путём взаимодействия на рынках. Фирма является ключевым элементом рыночной системы, действующим на рынках продуктов, на которых она продаёт продукты, и на рынках факторов, где она покупает или нанимает ресурсы. Ценовая система охватывает оба типа рынков и действует таким образом, что обеспечивает размещение ресурсов в соответствии с потребительским спросом.

Предположим, например, что цены на морковь и горох первоначально были таковы, что уравнивали спрос и предложение на эти продукты, но затем спрос на морковь упал, а на горох вырос, как это показано на рис. 135. Увеличившийся спрос на горох при оставшемся неизменным уровне предложения в коротком периоде приведёт к избыточному спросу на горох, продаваемый по существующим ценам, и цена гороха, ставшего дефицитным среди потребителей, возрастет. Уменьшившийся спрос на морковь при неизменном предложении в коротком периоде приведёт к избыточному предложению моркови при существующей цене, и цена моркови снизится, так как производители будут стремиться распродать морковь.

Подобные изменения цен приведут к изменению прибыли производителей моркови и гороха. Так как спрос и цены на рынке гороха возрастут, производители гороха будут получать повышенную прибыль, в то время как прибыль производителей моркови снизится за счёт уменьшения спроса и цен на морковь. С течением времени производители гороха произведут инвестиции в дополнительную землю и оборудование и привлекут дополнительную рабочую силу для увеличения производства; кроме того, на рынок выступят новые фирмы—производители гороха, привлечённые высоким уровнем прибыли. В результате увеличившегося предложения цены на горох снизятся, фирмы-производители получают нормальную прибыль, и, таким образом, для новых фирм уже не будет существовать значительных стимулов для вступления на рынок гороха. На рынке же моркови, напротив, падение спроса и цен приведёт к уменьшению доходов производителей моркови, и менее эффективные производители будут вытеснены с рынка из-за того, что они будут нести убытки. Другие же производители снизят выпуск моркови. Снижение предложения моркови будет продолжаться до тех пор, пока оно не достигнет уровня снизивше-

гося спроса и фирмы, оставшиеся на рынке моркови, будут получать нормальную прибыль.

Изменения, происходящие на рынке продуктов, будут сказываться на состоянии рынка факторов, как это показано на рис. 135б. Для увеличения предложения гороха в его производство должны быть дополнительно вовлечены природные, людские и капитальные ресурсы, что может быть достигнуто лишь при условии, что за использование этих ресурсов будет выплачиваться доход, больший чем где бы то ни было еще. Возросший спрос на горох приведёт к увеличению спроса на факторы производства, нужные для выращивания, что, в свою очередь, увеличит доход владельцев этих факторов. Отрасль, производящая морковь, напротив, будет высвобождать ресурсы, так как некоторые фирмы будут покидать рынок, что приведёт к уменьшению доходов факторов производства, так как спрос на них падает. Вышеописанные силы и формируют распределение дохода между производителями гороха и моркови.

Этот пример наглядно демонстрирует, как ценовая система приводит к изменению размещения ресурсов в ответ на «сигналы», данные потребителями в виде изменения спроса на продукты, что влияет и на изменение спроса на факторы производства. Однако автономные изменения цен на затрачиваемые факторы могут сами по себе воздействовать на товарные цены и структуру потребительского спроса. Предположим, например, что производство моркови является относительно трудоёмким процессом, в то время как выращивание и сбор гороха в значительной степени автоматизированы. Следовательно, резкий рост ставок заработной платы будет воздействовать на эти две отрасли производства по-разному, производственные затраты и цена на морковь значительно возрастут, а производственные затраты и цены на горох изменятся мало. Так как морковь становится дороже, а цены на горох остаются на прежнем уровне, потребители будут покупать большее количество более дешёвого гороха и меньшее количество подорожавшей моркови. Следовательно, объём выпуска и уровень занятости в отрасли, производящей морковь, будут снижаться, в то время как объём производства гороха возрастёт, и можно предположить, что произойдёт изменение размещения ресурсов между этими отраслями. С другой стороны, так как фирма стремится производить морковь с минимальными затратами, комбинируя факторы производства как можно более эффективно, то, столкнувшись с увеличением ставок заработной платы, она может выбрать тот метод производства, который требует применения меньшего количества относительно дорогого труда рабочих и больше-

го количества относительно дешевого капитала. Таким образом, весьма вероятно, что увеличение ставок заработной платы приведёт к повышению автоматизации производства моркови, что снизит спрос на рабочую силу в этой отрасли.

Ценовая система может обеспечить тонкий механизм автоматического изменения размещения ресурсов. Однако эта система вовсе не является совершенным средством распределения ресурсов, как это может показаться. Во-первых, реакция предложения на изменение потребительского спроса в рамках ценовой системы может быть медленной и болезненной, так как менее удачливые фирмы не покидают рынок быстро, а какое-то время еще действуют, неся убытки. Во-вторых, ресурсы не всегда являются настолько подвижными профессионально и географически, как это предполагает модель, особенно если работники нуждаются в специальном обучении для приобретения необходимой квалификации. В-третьих, ценовая система не может обеспечить производство определённых КОЛЛЕКТИВНЫХ БЛАГ (например, обороны), так как для этих благ не существует рынков. В-четвёртых, ценовая система учитывает только частные затраты производителей на производство и сбыт продуктов, игнорируя ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, порождаемые ВНЕШНИМИ ЭФФЕКТАМИ (в частности, загрязнением окружающей среды). Наконец, эффективное функционирование ценовой системы зависит от структурных характеристик рынков продуктов и факторов. В вышеприведённом примере ценовая система успешно действовала в условиях СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ на рынках продуктов и факторов. Если же рынок характеризуется наличием МОНОПОЛИИ или ОЛИГОПОЛИИ и высокими БАРЬЕРАМИ ВХОДА и БАРЬЕРАМИ ВЫХОДА, фирмы не могут свободно входить на рынок и покидать его в ответ на изменение возможностей получения прибыли. Например, если на рынке гороха действует доминирующий монопольный производитель, то, столкнувшись с увеличением спроса, он может решить не увеличивать предложение гороха, а извлечь выгоду из возросшего спроса посредством увеличения цен. Следовательно, в длительном периоде монополист получит сверхприбыль, а новые факторы в производство вовлечены не будут.

См. ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА, ТЕОРИЯ РЫНКОВ, СУВЕРЕНИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ПЕРЕСМОТРЕННАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ.

ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО (price leadership) — средство координации олигопольных цен (см. ОЛИГОПОЛИЯ), позволяющее фирмам, выручка которых взаимозависима (см. ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ), получать высокие прибыли. Одним из примеров це-

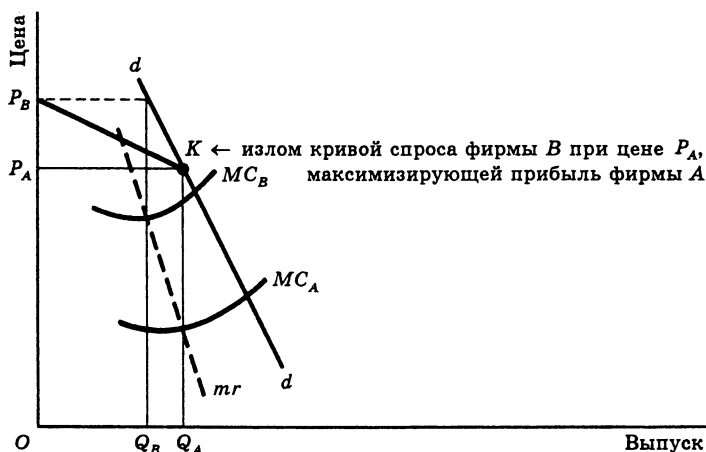


Рис. 136. Ценовое лидерство фирмы с низкими затратами.

нового лидерства служит лидерство ДОМИНИРУЮЩЕЙ ФИРМЫ (*доминирующий ценовой лидер*), обладающей ценовыми преимуществами перед своими конкурентами. На рис. 136 фирма А — производитель продукта с низкими затратами (ей соответствует кривая ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ MC_A). Фирма В (ей соответствует кривая предельных затрат MC_B) имеет более высокие затраты. Кривой спроса для каждой фирмы является dd , когда фирмы устанавливают *одинаковые* цены (т. е. предполагается, что общий объём продаж распределён поровну между ними), прямая mr является кривой ПРЕДЕЛЬНОЙ ВЫРУЧКИ. Фирма А способна максимизировать свою прибыль, произведя объём выпуска, равный OQ_A (где $MC_A = mr$), по цене OP_A . Фирма В установила бы более высокую цену OP_B , но лучшее, что она может сделать, — принять цену, установленную фирмой А, хотя это и означает, что она не получит максимальную прибыль. Для данной фирмы В любое самостоятельное изменение цены приведёт к понижению прибыли. Если она установит цену выше чем P_A , то она продаст меньшее количество товаров, чем фирма А, чья цена не изменилась, продвигаясь влево по отрезку новой ломаной кривой спроса KP_B . Если фирма В установит цену ниже P_A , это вынудит фирму А поддержать снижение цены, передвигаясь вправо по отрезку кривой спроса Kd . Фирма В не может надеяться выиграть эту ЦЕНОВУЮ ВОЙНУ, так как её затраты выше. Следовательно, наилучшим для фирмы В является установление той же цены, что и у фирмы А.

Хотя система ценового лидерства используется производителями для того, чтобы избежать разорительной ценовой конкуренции, они, однако, могут действовать вместе (см. СГОВОР) с целью повышения цен и эксплуатации потребителей.

См. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ.

ЦЕНОВОЕ СЖАТИЕ (price-squeeze) — вид ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПРАКТИКИ, при которой вертикально интегрированные фирмы (см. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ) способны нанести вред неинтегрированным конкурентам. Это имеет место, когда интегрированные фирмы производят и сырьё, и конечный товар, в то время как неинтегрированные фирмы производят только конечный товар и вынуждены покупать сырьё у интегрированных фирм. «Сжатие» состоит в том, что интегрированные фирмы назначают высокую цену за сырьё при продаже его неинтегрированной фирме и продают своей конечный товар по сравнительно низкой цене, что позволяет неинтегрированной фирме получать минимальную прибыль или даже влечёт к убыткам.

Подобные ситуации могут возникать также в тех случаях, когда интегрированные фирмы производят сырьё и конечные товары, а неинтегрированные — только сырьё и вынуждены рассматривать интегрированные фирмы в качестве рынка сбыта своей продукции. «Сжатие» в этом случае состоит в том, что интегрированные фирмы платят за сырьё неинтегрированным фирмам заниженную цену, что позволяет неинтегрированным фирмам получать лишь минимальный доход или делает их убыточными.

ЦЕНОВОЙ ЛИДЕР (price leader) — ФИРМА, устанавливающая рыночную ЦЕНУ на товар или услугу и иницилирующая изменения цен, за которыми приходится следовать конкурентам. И ценовыми лидерами являются: (а) ДОМИНИРУЮЩИЕ ФИРМЫ, которые способны сохранять устойчивость своих цен благодаря сильной позиции на рынке, и (б) *барометрические ценовые лидеры*, чьи ценовые изменения поддерживаются другими производителями, признающими способность лидера адаптироваться при установлении цены в полном соответствии с изменяющимися рыночными условиями.

Отношения типа «ценовой лидер—последователи» являются типичными для олигополистического рынка (см. ОЛИГОПОЛИЯ) при координировании изменения цен и приводят к высокому уровню ЦЕНОВОГО ПАРАЛЛЕЛИЗМА.

См. ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО.

ЦЕНОВОЙ ПАРАЛЛЕЛИЗМ (price parallelism) — стремление производителей на олигопольном рынке (см. ОЛИГОПОЛИЯ) назна-

чать одинаковые цены. Параллелизм цен может возникнуть из-за того, что производители, обнаружив ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ, стремятся избежать ценовой конкуренции, которая снижает их прибыли, или как результат СГОВОРА между производителями, договорившимися фиксировать цены на уровне, максимизирующем их общую прибыль.

См. также ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО, КАРТЕЛЬ.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ «ЗАТРАТЫ ПЛЮС» (cost-plus pricing) — метод ценообразования, в соответствии с которым ЦЕНА продукта устанавливается посредством добавления прибылеобразующей накладки к СРЕДНИМ ЗАТРАТАМ или общим затратам на единицу продукции. Этот метод аналогичен методу ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ, поскольку цена продукта определяется путём прибавления выраженной в процентах ценообразующей накладки к общим затратам на единицу продукции. И действительно, эти термины часто заменяют друг друга. Однако термин «ценообразование „затраты плюс“» используется в более узком смысле, когда речь идет о цене, согласованной между покупателем и продавцом и определяемой следующим образом: фактические затраты плюс фиксированный процент от фактических затрат или фиксированная величина прибыли на единицу продукции. Такой метод ценообразования используется в крупных инвестиционных проектах и контрактах, связанных с новейшими технологиями, когда длительность строительства проектируемого объекта или изменение технических условий становятся причиной высокого уровня неопределённости окончательной цены.

Ценообразование «затраты плюс» часто подвергается критике за то, что оно не стимулирует производителя поддерживать затраты на низком уровне.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ЗАТРАТ (ЗАТРАТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ) (cost-based pricing) — метод ценообразования, в соответствии с которым ЦЕНА продукта определяется на основе затрат производства и реализации.

См. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ СРЕДНИХ ЗАТРАТ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ (full-cost pricing) — метод ценообразования, при котором ЦЕНА продукта образуется путём прибавления процентной и прибылеобразующей накладки к СРЕДНИМ ЗАТРАТАМ, или общим удельным затратам, причём общие удельные затраты состоят из удельных переменных затрат и удельных постоянных затрат. См. рис. 137.

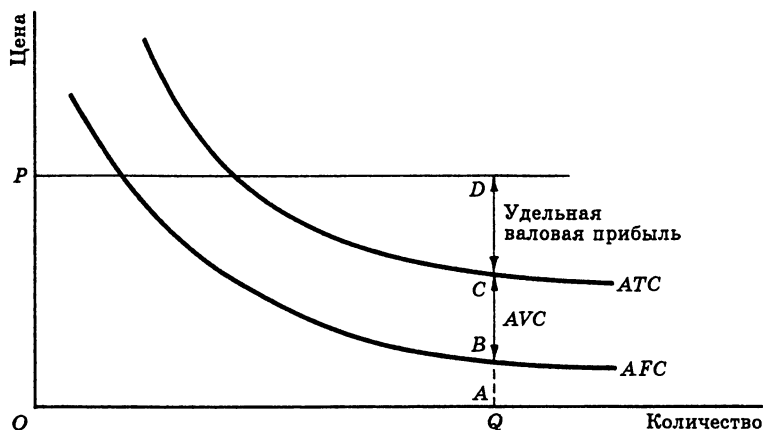


Рис. 137. Ценообразование на основе полных затрат. Цена (OP) состоит из трех элементов: суммы, идущей на покрытие части накладных расходов фирмы (средние постоянные затраты), — AB ; фактических удельных затрат (средние переменные затраты) производства планируемого выпуска OQ единиц — BC ; удельной валовой прибыли, выраженной как фиксированный процент от общих удельных затрат (средних переменных затрат плюс средние постоянные затраты) — CD .

Ключевым элементом этого метода ценообразования является оценка объема продаж, необходимая для расчета средних постоянных затрат и требуемой удельной валовой прибыли, хотя, с другой стороны, назначенная цена сама по себе неизбежно будет влиять на объем продаж. Данный метод также носит название **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ СРЕДНИХ ЗАТРАТ**. Хотя метод основан на затратах, на практике управляющие принимают в расчёт спрос и конкуренцию, изменяя целевую прибыльобразующую наценку во времени и для различных продуктов. **Ср. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ.**

См. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ «ЗАТРАТЫ ПЛЮС».

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ (marginal-cost pricing) — метод установления цены на продукт, основанный на определении **ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ** его производства и распределения.

1. Метод ценообразования, при котором цена продукта устанавливается с учётом **ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛИ** (разность цены и **ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ** на единицу продукции или **предельных затрат**), необходимой для обеспечения **БЕЗУБЫТОЧНОСТИ** или планового уровня **ПРИБЫЛИ**. Удельная прибыль на единицу продукции, помноженная на объем продаж или объем производства, даёт

общую валовую прибыль, которая достаточна для покрытия либо только ПОСТОЯННЫХ ЗАТРАТ (безубыточность), либо постоянных затрат и плановой прибыли. При расчёте цены необходимо прибавить прибыль на единицу продукции к переменным затратам на единицу продукции (или предельным затратам). Хотя этот метод основывается на затратах, на практике управляющие принимают в расчёт также спрос и конкуренцию, изменяя размер планируемой прибыли на единицу продукции.

Ср. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ.

2. Принцип ценообразования, согласно которому цены назначаются на основе их равенства предельным ЗАТРАТАМ производства и распределения, без учёта возмещения постоянных ЗАТРАТ из выручки. Этот принцип был предложен в качестве основы регулирования объёма выпуска и цен КОММУНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, потому что цены, отражающие предельные затраты общества на производство дополнительной единицы выпуска, более приемлемы с точки зрения интересов общества. Этот принцип в особенности применим к общественным благам (таким как парки, мосты, музеи), предельные затраты которых практически равны нулю: здесь общество может только выиграть, снизив цену за потребление данных благ настолько, чтобы они максимально полно использовались.

Однако принцип ценообразования по предельным затратам имеет дело с определением оптимального соотношения цены и выпуска только в краткосрочном периоде, при существующих мощностях, и игнорирует проблему оптимизации инвестиций в новые производственные мощности, характерную для длительного периода. См. рис. 138.

См. также ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ СРЕДНИХ ЗАТРАТ, ДВУХСТАВОЧНЫЙ ТАРИФ.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ СРЕДНИХ ЗАТРАТ (average-cost pricing) — 1. Метод ценообразования, при котором ЦЕНА на продукт образуется путём прибавления процентной прибылеобразующей надбавки к СРЕДНИМ ЗАТРАТАМ. Метод во многих отношениях похож на метод ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПОЛНЫХ ЗАТРАТ. Эти понятия используются иногда как взаимозаменяемые.

2. Принцип ценообразования, согласно которому цены устанавливаются на уровне средних затрат производства и обращения, так что цены покрывают и ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ, и ПОСТОЯННЫЕ НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ, понесенные в ходе прошлых инвестиций. При этом постоянные (накладные) расходы распределяются (иногда произвольно) на отдельные единицы выпуска. В то же время здесь нет попытки включить в назначае-



Рис. 138. Ценообразование на основе предельных затрат. В отраслях с убывающими средними затратами, где предельные затраты ниже средних общих затрат, установление цен равными предельной стоимости приведёт к потерям, покрываемым за счёт налогов или других источников (цена OP_1). В отраслях с возрастающими средними затратами, где предыдущие затраты больше средних общих затрат, ценообразование на основе предельных затрат приведёт к излишкам (цена OP).

мую цену все издержки, которых можно было бы избежать, не произведя этот продукт.

См. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ, ДВУХ-ЧАСТНЫЙ ТАРИФ.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПО ДОСТАВКЕ (С УЧЁТОМ ДОСТАВКИ) (delivered pricing) — установление такой ЦЕНЫ на продукт, которая включает в себя расходы на транспортировку продукта от производителя к потребителю. Цены доставки, публикуемые производителем, могут либо в точности отражать фактические расходы на доставку продукции, либо, наоборот, представлять собой дискриминационные цены, используемые для перекрёстного субсидирования районов, с тем чтобы максимизировать объём продаж в целом по стране.

См. СИСТЕМА ЦЕН НА ОСНОВЕ БАЗИСНОГО ПУНКТА.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПО ПИКОВОЙ НАГРУЗКЕ (peak-load pricing) — принцип назначения более высоких ЦЕН на определённые продукты (не допускающие хранения) во время пикового спроса для покрытия более высоких ПРЕДЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ предлагаемых продуктов во время пика. Ценообразование по пиковой нагрузке применяется для того, чтобы побудить потребите-

лей распределять свой спрос более равномерно с целью устранения необходимости осуществлять инвестиции в основной капитал предприятия, который затем недоиспользуется в периоды спада спроса. Ценообразование по пиковой нагрузке используется в сферах электроснабжения, железнодорожных услуг и т. д. с применением многоступенчатых тарифов.

См. ДВУХЧАСТНЫЙ ТАРИФ.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ С УЧЁТОМ ДОСТАВКИ — См. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПО ДОСТАВКЕ.

ЦЕНТР ЗАТРАТ (cost centre) — организационное подразделение фирмы, которое отвечает за минимизацию ЗАТРАТ, но не управляет ни ценообразованием на продукцию, ни выручкой. Центр затрат облегчает деятельность руководства, помогая определить оперативные затраты отдельного производственного подразделения.

См. ЦЕНТР ОТВЕТСТВЕННОСТИ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЦЕНТР.

ЦЕНТР ОТВЕТСТВЕННОСТИ (profit center) — организационное подразделение фирмы, которое отвечает за минимизацию операционных ЗАТРАТ и максимизацию ВЫРУЧКИ в пределах его сферы деятельности. Центр ответственности осуществляет управленческий контроль, содействуя установлению производительности и прибыльности производственной единицы.

См. также ЦЕНТР ЗАТРАТ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЦЕНТР.

ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ (centralization) — сосредоточение процесса принятия экономических решений в едином центре в противоположность рассредоточению процесса принятия решений среди множества хозяйствующих субъектов. На уровне страны она достигается введением ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ, в которой государство берёт на себя владение, контроль и направление ресурсов на конкретные нужды. На уровне фирмы централизация заключается в том, что высшее руководство удерживает за собой полномочия на принятие всех основных решений.

См. УНИТАРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ.

ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА, или КОМАНДНАЯ ЭКОНОМИКА (centrally planned economy or command economy or collectivism) — ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА, при которой принятие экономических решений сосредоточивается в руках государства, а собственность на средства производства (кроме труда) является коллективной. Именно государство решает, какие товары и услуги нужно производить в соответствии с централизованным НАЦИОНАЛЬНЫМ ПЛАНом. Путём использования натуральных квот ресурсы размещаются

среди предприятий, а готовая продукция — среди потребителей.

Главное логическое обоснование государственного владения промышленностью заключается в том, что коллективная собственность на средства производства, «у народа и для народа», предпочтительнее собственности на средства производства, которая находится в руках «класса капиталистов». Государственный контроль над промышленностью делает возможной организацию всей экономики в соответствии с определённым центральным планом, который, будучи согласован с технологическими характеристиками промышленности, может обеспечить эффективное распределение производственных ресурсов. Однако критики огосударствленных экономических систем доказывают, что на практике хозяйство «попадает в плен» к коррумпированным и могущественным государственным чиновникам и их неустойчивые бюрократические структуры приводят к очень неэффективной организации производства и невосприимчивости к действительным нуждам потребителей.

См. ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА, НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, КОММУНИЗМ.

ЦЕНТРАЛЬНОЕ СТАТИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ (Central Statistical Office (CSO)) — государственное учреждение Великобритании, отвечающее за сбор, анализ и публикацию данных национальной экономической статистики, в частности НАЦИОНАЛЬНЫХ СЧЁТОВ и ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК (Central Bank) — главный БАНК страны, который действует как банкир государства и БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ, а также как учреждение, ответственное за осуществление КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ правительства. Центральные банки, например Банк Англии в Великобритании, управляют финансовыми счетами правительства совместно с МИНИСТЕРСТВОМ ФИНАНСОВ, принимая поступления от налогообложения и продажи государственных активов и финансируя деятельность различных государственных учреждений. Центральный банк выступает посредником правительства в его заёмных и кредитных операциях, выпуская государственные ОБЛИГАЦИИ и КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ и торгуя ими с целью стабилизации государственного бюджета и управления ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ страны.

КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ хранят деньги на счетах центрального банка, и, выполняя роль банкира банковской системы, центральный банк предоставляет коммерческим банкам возможность погашать задолженность друг другу, соответствующим

образом корректируя их остатки на счетах (см. СИСТЕМА КЛИРИНГОВЫХ ПАЛАТ).

Банк Англии отвечает также вместе с Королевским монетным двором за выпуск первичных денег страны — ЗАКОННЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СРЕДСТВ, состоящих из банкнот и монет (см. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ). Центральный банк играет ключевую роль в управлении денежной массой, влияя на размер депозитов и создание кредитов финансовыми институтами, в первую очередь — коммерческими банками, а также на структуру ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК в экономике посредством торговых операций на рынке краткосрочных и долгосрочных ценных бумаг; действует как КРЕДИТОР ПОСЛЕДНЕЙ НАДЕЖДЫ банковской системы (см. УЧЁТНЫЙ РЫНОК, ФОНДОВАЯ БИРЖА).

Кроме того, центральный банк отвечает за управление ВАЛЮТНЫМ КУРСОМ и хранением МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ страны, которые используются для финансирования дефицита платёжного баланса. Банк Англии имеет специальный «Счёт выравнивания валютных курсов», который он использует для интервенций на ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ, покупая и продавая валюту с целью поддержания валютного курса на определённом уровне — или удержания его падения (обесценения), или роста (удорожания) в приемлемых границах.

Ведущими центральными банками являются Банк Англии, Федеральная резервная система (США), Банк Франции и Бундесбанк (Германия). Они различаются степенью близости их взаимоотношений с государством; например, Банк Англии находится в государственной собственности и жестко контролируется государством, тогда как Бундесбанк действует в значительной степени самостоятельно.

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ.

ЦИКЛ ДЛИННЫХ ВОЛН (long-wave cycle) — см. ЦИКЛ КОНДРАТЬЕВА.

ЦИКЛ КОНДРАТЬЕВА, или **ЦИКЛ ДЛИННЫХ ВОЛН** (Kondratief cycle or long-wave cycle) — теоретический долгосрочный цикл, при котором движение от бума к рецессии занимает около 30 лет и на который накладываются ДЕЛОВЫЕ ЦИКЛЫ с меньшим периодом. Основанное на статистических исследованиях Н. Кондратьева объяснение этих длинных волн экономической активности обычно строится на том, что «пучки» крупных ИННОВАЦИЙ (например, изобретение двигателя внутреннего сгорания, автомобиля и т. д.) дают импульс экономической активности на несколько десятилетий, пока их влияние не сходит на нет.

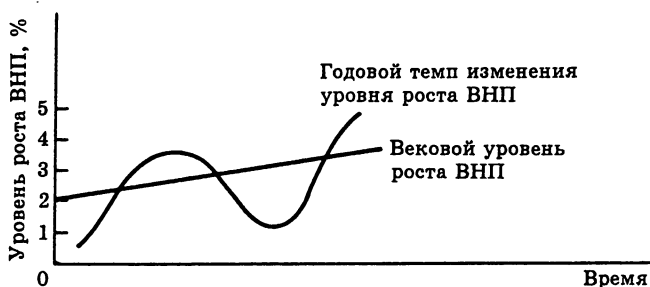


Рис. 139. Циклические колебания. Яркие выраженные краткосрочные колебания темпов роста выпуска вокруг линии долгосрочного тренда валового национального продукта страны, имеющие место во время делового цикла.

ЦИКЛ «СТОП-ВПЕРЕД» (stop-go cycle) — применение государством имеющихся в его распоряжении макроэкономических инструментов для стимулирования и последующего подавления экономической активности. Подобные меры используются при проведении антициклической политики УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ с целью противодействия колебаниям экономической активности, связанным с ДЕЛОВЫМ ЦИКЛОМ. Мероприятия «стоп-вперед» часто упоминаются в негативном смысле, поскольку государственная политика этого типа в 1960-е гг. и особенно в начале 1970-х гг. оказывалась либо несвоевременной, либо предполагала неадекватный объём изъятий или инъекций.

См. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.

ЦИКЛИЧЕСКАЯ БЕЗРАБОТИЦА (cyclical unemployment) — БЕЗРАБОТИЦА, вызванная недостатком спроса, которая имеет место в результате падения СОВОКУПНОГО СПРОСА и деловой активности в фазах РЕЦЕССИИ и ДЕПРЕССИИ.

См. ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ.

ЦИКЛИЧЕСКИЕ КОЛЕБАНИЯ (cyclical fluctuation) — краткосрочные колебания (подъемы и спады) некоей экономической переменной вокруг линии ДОЛГОВРЕМЕННОЙ ТЕНДЕНЦИИ в длительном периоде. См. рис. 139.

См. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ.

ЧАСТИЧНОЕ БАНКОВСКОЕ РЕЗЕРВИРОВАНИЕ (fractional banking) — БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА, в которой банки поддерживают минимальную НОРМУ РЕЗЕРВНЫХ АКТИВОВ, чтобы гарантировать наличие у них достаточного количества ликвидных средств для покрытия потребностей клиентов в наличности.

См. КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК.

ЧАСТНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ (private property) — АКТИВЫ, которые принадлежат частным лицам как часть их БОГАТСТВА. Защита частной собственности с помощью законных прав на активы и юридическое обеспечение контрактов, относящихся к частной собственности, является фундаментом ЭКОНОМИКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

ЧАСТНЫЕ БЛАГА (private products) — товары и услуги, которые покупаются и оплачиваются отдельными потребителями с целью получения ими собственной выгоды. Ср. СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ.

ЧАСТНЫЕ ЗАТРАТЫ (private costs) — затраты (ЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ и НЕЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ) фирм на использование ФАКТОРОВ производства в процессе производства своего товара. Ср. СОЦИАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ.

ЧАСТНЫЙ СЕКТОР (private sector) — часть экономики, связанная со сделками между частными лицами, предприятиями и финансовыми институтами (ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СЕКТОР, КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР и ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР соответственно). Частный сектор в совокупности с ГОСУДАРСТВЕННЫМ СЕКТОРОМ формирует внутреннюю экономику страны и вместе с ИНОСТРАННЫМ СЕКТОРОМ формирует национальную экономику.

ЧЕК (cheque) — средство перевода или изъятия денег с текущего счёта БАНКА или СТРОИТЕЛЬНОГО ОБЩЕСТВА. В первом случае лицо, выписывающее чек, даёт письменное поручение своему банку или строительному обществу перевести деньги на счёт в

банке или строительном обществе другого физического или юридического лица (ремитента). Во втором случае деньги могут быть изъяты в форме наличности физическим или юридическим лицом, которое выписало чек на себя. Чеки могут быть «открытыми» — в этом случае их можно использовать для получения наличности — и «перечеркнутыми» двумя параллельными линиями на лицевой стороне, и тогда они не оплачиваются наличными деньгами, а должны быть переведены на счёт remitента.

См. КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ (human capital) — та часть человеческих знаний, которая является условием производственной деятельности. База знаний страны пополняется путём исследований, и знания распространяются через всеобщее образование и профессиональную подготовку. ИНВЕСТИЦИИ в человеческий капитал позволяют создать новую, технически усовершенствованную продукцию и новые производственные процессы, что повышает ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ и может быть столь же значимо для ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА, сколь и физический КАПИТАЛ.

См. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ.

ЧЕМБЕРЛИН, ЭДВАРД (1899–1967) (Chamberlin, Edward) — американский экономист, который своей книгой «Теория монополистической конкуренции» заложил основы теории МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ. До этой работы Чемберлина экономисты подразделяли рынки на две группы: (а) с совершенной конкуренцией, при которой продукты фирм являются совершенными заменителями; (б) монополии, при которых продукт фирмы не имеет заменителей. Чемберлин доказал, что на реальных рынках одни товары нередко являются частичными заменителями других товаров, так что даже на рынках с большим количеством продавцов кривая спроса для отдельной фирмы может иметь отрицательный наклон. Он проанализировал решения фирмы о цене и объёме выпуска при таких условиях и вывел факторы, определяющие объём рыночного предложения и рыночную цену.

См. также РОБИНСОН.

ЧЁРНЫЙ РЫНОК (black market) — «неофициальный» рынок, который часто возникает, когда государство держит цену на какой-то продукт на уровне ниже равновесного и потому вынуждено вводить систему РАЦИОНИРОВАНИЯ для распределения этого продукта между потребителями. Учитывая, что некоторые покупатели готовы платить более высокую цену, находят-

ся дельцы, отвлекающие продукт с «официального» рынка, создавая тем самым параллельный вторичный рынок.

См. ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА.

«ЧЁРНЫЙ ХОД» (black door) — неформальный способ, посредством которого Банк Англии выкупает на УЧЁТНОМ РЫНКЕ выпущенные ранее в обращение КАЗНАЧЕЙСКИЕ ВЕКСЕЛЯ по сложившейся на них рыночной цене с тем, чтобы увеличить денежную массу и помочь УЧЁТНЫМ ДОМАМ преодолеть временную нехватку наличности. Благодаря этому ликвидные средства становятся доступными не только самим учётным домам, но также и КОММЕРЧЕСКИМ БАНКАМ, которые, получая их под рыночные процентные ставки, оказываются в состоянии продолжать кредитование своих клиентов. Ср. «ПАРАДНЫЙ ВХОД».

ЧИКАГСКАЯ ШКОЛА (Chicago School) — группа экономистов при Чикагском университете (наиболее известный из которых Милтон ФРИДМАН), усовершенствовавших КОЛИЧЕСТВЕННУЮ ТЕОРИЮ ДЕНЕГ и выступавших за государственный контроль над ростом ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ в длительном периоде. Среди множества характеристик стабильного роста денежной массы Чикагская школа делает акцент на важности рыночной системы как аллокативного механизма, позволяющего потребителям свободно принимать экономические решения при минимальном вмешательстве государства.

См. МОНЕТАРИЗМ.

ЧИСТАЯ БУХГАЛТЕРСКАЯ ЦЕННОСТЬ (net book value) — бухгалтерская стоимость ОСНОВНОГО КАПИТАЛА в БАЛАНСЕ фирмы, которая представляет его первоначальную стоимость за вычетом АМОРТИЗАЦИИ, начисленной на текущий момент.

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (net profit) — разница между ОБЩЕЙ ВЫРУЧКОЙ и ЯВНЫМИ ЗАТРАТАМИ. В бухгалтерском учёте термин «чистая прибыль» отражает разницу между ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛЬЮ и текущими затратами фирмы.

См. ПРИБЫЛЬ, СЧЁТ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ.

ЧИСТЫЕ ПОТЕРИ (deadweight loss) — уменьшение излишка потребителя и излишка производителя в результате ограничения выпуска продукта на уровне ниже оптимального (эффективного), который имел бы место при СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ. На рис. 140 изображены кривые спроса и предложения продукта и установившаяся в результате их взаимодействия равновесная рыночная цена *OP*. При этой цене излишек потребителя представлен площадью диагонально заштрихованной фигуры *ABP*, а излишек производителя — площадью вертикально заштрихованной фигуры *APO*. Если искусственно сни-

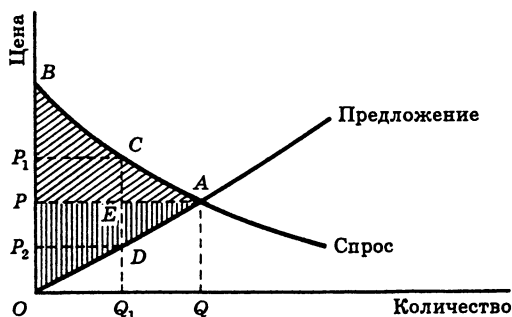


Рис. 140. Чистые потери.

зять выпуск с OQ до OQ_1 , то цена, выплачиваемая потребителями, возрастет до OP_1 , а излишек потребителя сократится на площадь ACE ; цена, получаемая производителями, упадет до OP_2 , а излишек производителя сократится на площадь ADE .

Чистые потери особенно значительны на рынках, где господствуют монополии, ограничивающие выпуск с целью поддержания высоких цен.

ЧИСТЫЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ (net domestic product) — денежное выражение стоимости всех товаров и услуг, произведенных страной за год, за вычетом ПОТРЕБЛЕНИЯ КАПИТАЛА в процессе этого производства.

См. ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

ЧИСТЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ (ЧНП) (net national product) — ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ за вычетом ПОТРЕБЛЕНИЯ КАПИТАЛА или амортизации основных средств, учитывая тот факт, что в процессе производства за год расходуется ЗАПАС КАПИТАЛА страны.

См. ИСЧИСЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА.

III

ШУМПЕТЕР, ЙОЗЕФ АЛОИЗ (1883–1950) (Schumpeter, Joseph A.) — австрийский экономист, который разработал теорию ДЕЛОВЫХ ЦИКЛОВ в своей книге «Капитализм, социализм и демократия» (1942). Согласно Шумпетеру, ключевую роль в обеспечении ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА играет ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, вводящий новшества (см. ИННОВАЦИЯ). Он берёт на себя РИСКИ и внедряет новые технологии для стимулирования экономической активности, заменяя ими старые (технологии) в процессе «созидательного разрушения» («creative destruction»). Однако в связи с тем, что подобная инновационная активность возникает нерегулярно, столь энергичные всплески производственной деятельности влекут за собой спады и кризисы.

См. также МОНОПОЛИЯ, ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

ЭКЗОГЕННАЯ ПЕРЕМЕННАЯ (exogenous variable) — ПЕРЕМЕННАЯ, которая влияет на взаимосвязи, описываемые в ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ, но сама не подвергается воздействию с их стороны. Например, в модели РАВНОВЕСНОГО УРОВНЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА увеличение экспорта приводит к росту СОВОКУПНОГО СПРОСА и национального дохода, но сама величина экспорта зависит от склонности к импорту других стран, но не от национального дохода экспортера. Ср. ЭНДОГЕННАЯ ПЕРЕМЕННАЯ.

ЭКЗОГЕННЫЕ ДЕНЬГИ (exogenous money) — часть ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, которая вливается в экономическую систему извне государством, в противоположность деньгам, которые создаются внутри системы банковским сектором (ЭНДОГЕННЫЕ ДЕНЬГИ). См. ГРАФИК ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АУДИТ (environmental audit) — оценка воздействия на окружающую среду процесса производства товаров или услуг. Обычно экологический аудит включает независимое исследование технологии производства продукта и часто применяется для того, чтобы уменьшить или устранить ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, порождаемое производством, упаковкой или сбытом продукции.

См. ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, АНАЛИЗ «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ».

ЭКОНОМЕТРИЯ (econometrics) — раздел ЭКОНОМИКИ 1, который занимается измерением и статистической оценкой взаимосвязи между двумя (и более) экономическими переменными. Например, согласно экономической теории, расходы на потребление есть функция от располагаемого дохода ($C = f(Y)$), или, конкретнее, расходы на потребление связаны с располагаемым доходом следующим уравнением: $C = a + bY$. При различных уровнях располагаемого дохода можно измерить потребление и вывести статистическую зависимость между этими двумя переменными, оценив числовые значения параметров a и b в этом уравнении. Поскольку потребление зависит от дохода, —

это ЗАВИСИМАЯ ПЕРЕМЕННАЯ, тогда как располагаемый доход — НЕЗАВИСИМАЯ ПЕРЕМЕННАЯ. Эконометрические модели могут включать сотни переменных, которые связаны между собой не одним уравнением, как при построении моделей в целях макроэкономического ПРОГНОЗИРОВАНИЯ, а сотнями уравнений.

См. РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ.

ЭКОНОМИКА 1 (economics) — наука о наиболее эффективном использовании имеющихся ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА с целью максимального удовлетворения неограниченных потребностей общества в ТОВАРАХ и УСЛУГАХ. Проблема заключается в том, что потребности фактически безграничны, а предложение ресурсов — ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ, ТРУДА и КАПИТАЛА, — доступных в данный момент времени для выпуска товаров и услуг, ограничено, т. е. ресурсы являются редкими (см. РЕДКОСТЬ) по отношению к потребностям, которые они призваны удовлетворить. Существование редкости означает, что мы всегда должны делать ВЫБОР. Например, если на выпуск автомобилей направляется большее количество ресурсов, то для строительства больниц и производства других товаров их останется меньше. Для размещения ресурсов и совершения выбора могут быть использованы различные ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ.

Экономическая теория подразделяется на микроэкономiku и макроэкономiku. Микроэкономика исследует проблемы эффективного производства *отдельных* благ. Макроэкономика изучает проблемы *общей* эффективности использования ресурсов в экономике, в особенности проблемы достижения ПОЛНОЙ ЗАНЯТОСТИ наличных ресурсов и роста выпуска во времени.

См. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ, ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ.

2 (economy) — суммарный объём и структура экономической деятельности страны. Суммарная стоимость товаров и услуг, произведённых в экономике за один год, называется ВАЛОВЫМ ВНУТРЕННИМ ПРОДУКТОМ (ВВП). Вклад в ВВП, сделанный различными подразделениями или секторами экономики, можно оценивать разными методами, например исследуя вклад основных секторов (ИНДИВИДУАЛЬНОГО СЕКТОРА или сектора домохозяйств, КОРПОРАТИВНОГО или производственного СЕКТОРА, ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА, ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА, ИНОСТРАННОГО СЕКТОРА) или изучая вклад отдельных отраслей.

См. СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА.

ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ, или **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ** (welfare economics) — нормативная область экономической теории, изучающая методы такой орга-

низации экономической деятельности, которая обеспечивает максимизацию экономического благосостояния. В экономике благосостояния применяются оценочные суждения о том, что должно производиться, как производство должно быть организовано, каким образом должны быть распределены доходы и имущество в настоящее время и в будущем. В обществе каждый человек имеет свой собственный набор оценочных суждений, которые зависят от его положения в этом обществе, вероисповедания, философских и политических убеждений, и экономистам довольно трудно интегрировать все эти суждения при формулировке рекомендаций государственным деятелям относительно решений, которые воздействуют на размещение ресурсов и которые связаны с *межличностными сравнениями полезности*.

В течение многих лет экономисты старались разработать критерии для оценки экономической эффективности, чтобы использовать их как руководство при оценке фактического использования ресурсов. Экономисты-классики (см. КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ) трактовали полезность как измеримый уровень удовлетворения потребителей. Первые экономисты, занимавшиеся экономической теорией благосостояния, например ПИГУ, придерживались того же мнения и определяли, увеличилось экономическое благосостояние или уменьшилось исходя из изменений структуры экономической деятельности. Однако впоследствии экономисты отказались от идеи измеримости полезности, а затем вынуждены были признать, что экономическое благосостояние неизмеримо и любое ценностное суждение о благосостоянии зависит от системы предпочтений и приоритетов тех, кто делает это суждение. Это привело к поискам *критериев благосостояния*, которые позволили бы избежать межличностных сравнений полезности при формулировании явных суждений о том, увеличилось благосостояние или уменьшилось.

Наиболее простой критерий был разработан Вильфредо ПАРЕТО, который утверждал, что любое перемещение (реаллокация) ресурсов, вызывающее изменение структуры производимых товаров или их распределения среди потребителей, может рассматриваться как «улучшение», если оно приносит некоторым людям выгоду (по их собственной оценке), не причиняя никому ущерба. Этот анализ привел к разработке условий ОПТИМАЛЬНОСТИ ПО ПАРЕТО, которые при *данном* распределении дохода максимизируют экономическое благосостояние общества. Критерий Парето позволяет избежать межличностных сравнений при использовании в непротиворечивых ситуациях, при

которых никому не причиняется ущерб. Однако узкие возможности употребления этого критерия делают его неприменимым при оценке таких проектов экономической политики, которые приносят выгоду одним и ущерб другим без всяких компенсаций.

Николас Кэлдор и Джон Хикс предложили альтернативный критерий (*принцип компенсации*). В соответствии с этим критерием любые экономические изменения должны рассматриваться как выгодные в том случае, если в результате этих изменений те, кто получает выгоду, гипотетически могли бы компенсировать потери тех, кому причинен ущерб, и все равно остаться в выигрыше. Этот критерий подразделяет последствия любого экономического изменения на две части: (а) выигрыши/потери эффективности и (б) влияние на распределение доходов. Если субъективная оценка своих выгод теми, кто оказался в выигрыше, больше субъективной оценки ущерба тех, кто понес потери, то полученный выигрыш в эффективности оправдывает изменение, даже если (при отсутствии компенсационных выплат) произошло перераспределение доходов. Если те, кто оказался в выигрыше от данного изменения, полностью компенсируют убытки понесших потери и после этого все равно будут иметь чистую выгоду, то, согласно критерию Парето, такое изменение считается «улучшением». Если же компенсации не выплачиваются, то возникает ситуация «ВТОРОГО НАИЛУЧШЕГО», при которой экономика отклоняется от оптимальной структуры РАЗМЕЩЕНИЯ РЕСУРСОВ, и государству остается право решать, следует ли облагать налогом тех, кто оказался в выигрыше, и компенсировать убытки понесшим потери.

Помимо разработки критериев благосостояния, некоторые экономисты, например Пол Самуэльсон, пытались построить *функцию общественного благосостояния*, которая могла бы служить руководством к оценке того, является ли одна экономическая ситуация лучше или хуже другой. Функция общественного благосостояния может рассматриваться как функция благосостояния каждого потребителя. Однако для того, чтобы построить эту функцию, необходимо учесть предпочтения каждого потребителя и интегрировать их в общественные предпочтения, и некоторые экономисты, например Кеннет Эрроу, выразили сомнения в возможности существования непротиворечивых и согласованных общественных предпочтений.

Несмотря на эти методологические сложности, экономика благосостояния все чаще используется для оценки экономических изменений, в частности становящейся все более значимой проблемы ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, которая приносит

выгоду одним и причиняет ущерб другим. Широкое применение ПРИНЦИПА «ЗАГРЯЗНИЛ — ПЛАТИ» отражает готовность государства делать межличностные сравнения полезности и вмешиваться в рыночные отношения для того, чтобы заставить загрязнителей платить за любое загрязнение окружающей среды, произошедшее по их вине.

См. также НОРМАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА, РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ, ФУНКЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ, КАРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ.

ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, или **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ** (supply-side economics) — область экономического анализа, занимающаяся изучением производственного потенциала экономики (см. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ), а также разработкой мер по увеличению запасов факторов производства и повышению гибкости рынков этих факторов. Эти меры направлены на то, чтобы произвести максимально возможный объём выпуска при данном уровне СОВОКУПНОГО СПРОСА. Сторонники экономики предложения занимались исследованием институциональной жесткости рынков факторов, а также последствий повышения цен факторов для «формирования цены незанятых» (pricing people out of jobs). Эти исследования привели к осуждению деятельности профсоюзов на рынках труда за то, что они применяют ОГРАНИЧИТЕЛЬНУЮ ТРУДОВУЮ ПРАКТИКУ (например, раздувание штатов) и стремятся поднять ставки ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ до уровней, превышающих ПРЕДЕЛЬНУЮ ВЫРУЧКУ ФАКТОРА труда. Все это уменьшает потенциальный уровень занятости и служит причиной ИНФЛЯЦИИ ЗАТРАТ. Эти выводы привели теоретиков экономики предложения к осуждению некоторых систем ПОСОБИЙ ПО СОЦИАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ и систем ПРОГРЕССИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, ибо эти системы приводят к ЛОВУШКЕ БЕДНОСТИ, уничтожающей стимулы для безработных к поиску низкооплачиваемой работы.

В более широком смысле экономика предложения занимается поиском способов сдвига вправо ГРАФИКА СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ. Такой сдвиг приводит к тому, что экономика оказывается в состоянии обеспечить больший объём выпуска в ответ на рост уровня совокупного спроса без повышения УРОВНЯ ЦЕН.

Государство может использовать политику по управлению предложением для увеличения запасов факторов производства и повышения эффективности использования ресурсов путём обеспечения более гибкой реакции рынков на изменения спроса. Эта политика включает: меры по уменьшению налогообложения (и других факторов, снижающих стимулы к труду) для

увеличения доли работающих в общей численности населения; финансовое стимулирование инвестиций в здания и оборудование, а также инвестиций в технологию, изобретение новых изделий и инновации; меры по образованию и переподготовке кадров для увеличения числа работников требуемых квалификаций; стимулирование конкуренции в финансовом секторе для повышения эффективности рынков капитала; приватизацию и сокращение государственного контроля над промышленностью (дерегуляцию) для поддержания эффективности промышленного производства; содействие региональной политике, сдачу частного жилья в наём и создание возможностей перевода пенсий в фонд по новому месту работы для стимулирования мобильности рабочей силы; снижение налоговых ставок и реформирование системы пособий по социальному обеспечению для создания стимулов к интенсивному труду и принятию рисков; обуздание власти профсоюзов для увеличения гибкости рынков труда; расширение акционерной собственности и помощь самозанятым для поднятия культуры предпринимательства. Эти меры способствуют повышению темпов экономического роста и снижению уровня безработицы.

См. также ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ, ВЫПЛАТЫ, УВЯЗАННЫЕ С ПРИБЫЛЬЮ, КРИВАЯ ЛАФФЕРА.

ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, или **СВОБОДНАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА**, или **КАПИТАЛИЗМ** (private-enterprise economy or free-market economy or capitalism) — метод организации экономики для производства ТОВАРОВ и УСЛУГ. В этой ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ производство осуществляется частными лицами и фирмами. Принятие решений в экономике децентрализовано, ресурсы размещены между большим количеством рынков товаров и услуг. РЫНОК синхронизирует действия покупателей и продавцов, устанавливает РАВНОВЕСНУЮ ЦЕНУ, определяет, сколько товара будет произведено и продано.

Сторонники системы свободного предпринимательства утверждают, что децентрализованная рыночная система (см. РЫНОК) ведёт к более эффективному размещению производственных ресурсов в соответствии с потребительским спросом и, опираясь на собственные интересы индивида (мотив прибыли), она достигнет благоприятных для общества в целом экономических результатов (низкие затраты и цены, изобретение новых продуктов). Критики экономики частного предпринимательства возражают, что такая экономика не может полностью удовлетворить потребительский спрос, если предложение контролируется сильными производителями (см. МОНОПОЛИЯ); что она

может порождать ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ и другие ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ; что она неравномерно распределяет доход (см. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА); что она не может обеспечить производство КОЛЛЕКТИВНЫХ БЛАГ, для которых не существует рынков (ср. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА).

См. ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА, СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА, НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, ПРИВАТИЗАЦИЯ, LAISSEZ-FAIRE.

ЭКОНОМИТЬ (economize) — производить: (а) *данный* объём выпуска продукции с меньшим РАСХОДОМ ФАКТОРОВ, чем прежде; (б) *большой* объём выпуска продукции с теми же затратами; (в) *данный* объём выпуска с меньшими затратами, чем прежде, замещая в производственном процессе дешёвыми факторами более дорогие («идеальное», или оптимальное, состояние достигается в том случае, когда при данном уровне затрат и доступной технологии производится максимально возможный выпуск); (г) *данный* объём выпуска при минимально возможных затратах.

См. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЭКОНОМИКА 1, ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ (economic model) — теоретическое построение или модель, состоящая из двух или более переменных, которая: (а) описывает взаимосвязь между переменными; (б) отображает экономический результат этой взаимосвязи; (в) предсказывает, как влияют изменения значений переменных на экономический результат.

Экономические модели используются для обобщения основных характеристик сложных явлений, чтобы упростить их и сделать доступными для анализа. Для этого необходимо, чтобы создатель модели сформулировал определённые упрощающие предположения о человеческом поведении. Например, при изучении спроса экономисты допускают, что потребители стремятся максимизировать свое удовлетворение (полезность) и будут рационально покупать большее количество блага, когда его цена падает, и наоборот.

В этой книге описывается много экономических моделей: РАВНОВЕСНАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА, ИЗМЕНЕНИЯ РАВНОВЕСНОЙ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ, РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, МУЛЬТИПЛИКАТОР и др.

См. также ЭКОНОМЕТРИЯ, ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ, ЭНДОГЕННАЯ ПЕРЕМЕННАЯ, ЭКЗОГЕННАЯ ПЕРЕМЕННАЯ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА (economic policy) — стратегия и мероприятия, предпринимаемые государством при управлении экономикой для достижения своих экономических целей.

Государство стремится обеспечить (на макроуровне) полную занятость (см. БЕЗРАБОТИЦА), стабильность цен (см. ИНФЛЯЦИЯ), ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ и РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА, а также (на микроуровне) эффективное использование ресурсов. На практике, ввиду сложности взаимосвязей в экономике и её подверженности внешним воздействиям, одновременное достижение всех этих целей практически невозможно, поэтому необходимо выделение приоритетов. Следовательно, на этот процесс неизбежно будут влиять наряду с экономическими также политические соображения.

Приоритет, отдаваемый различным экономическим целям, будет отражать идеологию правительства (которое, при одной крайности, избрано демократическим путём, а при другой — является узурпировавшей власть диктатурой). Правительство, придерживающееся в целом левой идеологии, положительно относится к распределению государственной собственности на средства производства и к усиленному вмешательству в экономику для достижения своих экономических целей; тогда как правительство, придерживающееся в целом правой идеологии, положительно относится к ограничению государственной собственности и к минимальному вмешательству правительства в экономику, опираясь на рыночные механизмы (см. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА). На практике большинство стран имеет СМЕШАННУЮ ЭКОНОМИКУ, в которой функционируют как государственный, так и частный сектор.

Для достижения экономических целей правительства руководствуются различными оценочными суждениями в отношении, например, наиболее приемлемого РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ между людьми. Они по-разному оценивают влияние своей политики на положение определённых слоев общества, а также выражают желание помочь одним группам населения за счёт других. Правительства, кроме того, придерживаются разных оценочных суждений относительно приоритетов, которые они отдают национальной обороне, безопасности и охране порядка, защите окружающей среды и многим другим неэкономическим вопросам. Все эти так называемые «нормативные» элементы могут влиять на определение экономических целей и выработку экономической политики (см. НОРМАТИВНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ).

На уровне МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ правительство, действующее в рамках смешанной экономики, может использовать различные меры общего характера, включая ФИСКАЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ (изменение налоговых ставок и государственных расходов), КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНУЮ ПОЛИТИКУ (контроль над денежной

массой и процентными ставками), ПОЛИТИКУ ЦЕН И ДОХОДОВ (контроль над затратами и ценами) и управление ВАЛЮТНЫМ КУРСОМ, необходимое для того, чтобы влиять на состояние внешней торговли и платёжного баланса страны. На более конкретном уровне к ним добавляются мероприятия, направленные на стимулирование инвестиций в промышленность, в исследования и разработки, поощрение предпринимательства и защиту интересов потребителей (см. ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА, РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ).

Налогово-бюджетная и кредитно-денежная политики — основные меры, которые использовали все правительства Великобритании начиная с 1945 г., — влияют на уровень и распределение доходов в экономике, по существу воздействуя на спрос. В последние годы приоритеты сместились в сторону предложения, что отражается, в частности, в попытках придать большую гибкость функционированию рынка труда посредством ослабления монополии профсоюзов.

См. ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ, ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, МИКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ (economic aid) — оказание финансового и материального содействия главным образом РАЗВИВАЮЩИМСЯ СТРАНАМ с целью укрепления их экономики. Экономическая помощь предоставляется как на двусторонней основе правительствами отдельных стран или частными институтами (например, коммерческими банками), так и на многосторонней основе МИРОВЫМ БАНКОМ и другими международными организациями, например Фондом общего развития Европейского Сообщества. Благодаря такому содействию увеличиваются поступления иностранной валюты и внутренние сбережения стран-получателей, а также у них появляется доступ к технологиям, управленческим ресурсам и знаниям, которыми они сами не обладают.

См. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДОЛГ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РАЦИОНАЛЬНОСТЬ — см. РАЦИОНАЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА (economic rent) — денежная оплата ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА, которая превышает минимальное вознаграждение, необходимое, чтобы сохранить его в данной сфере использования. Это минимальное вознаграждение называется УДЕРЖИВАЮЩИМ ДОХОДОМ и представляет собой АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ. Таким образом, например, индивид может согласиться работать в качестве преподавателя минимум за 1000 ф. ст. в месяц, поскольку он в состоянии заработать эту сумму как во-

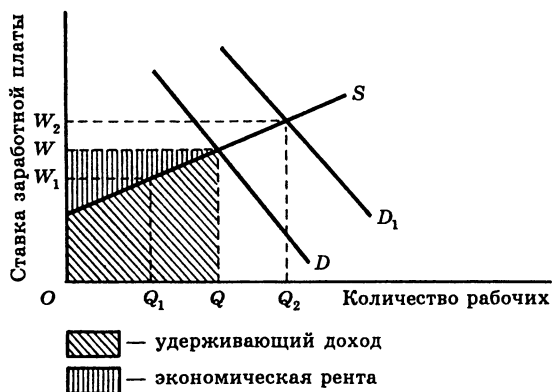


Рис. 141. Экономическая рента.

дитель такси. Предположим, что его фактический доход равен 1100 ф. ст. в месяц; в таком случае он состоит из удерживающего дохода, равного 1000 ф. ст., и экономической ренты, равной 100 ф. ст. Экономическая рента — *излишек*, поскольку её выплата необязательна для того, чтобы обеспечить предложение данного фактора производства. На рис. 141 изображены спрос на преподавателей и их предложение при рыночной ставке заработной платы (OW), равной 1100 ф. ст. в месяц, и достаточной, чтобы побудить преподавателей (их количество равно OQ) предложить свои услуги и удовлетворить спрос на них (D). При этой ставке заработной платы «последние» (предельные) работники, предлагающие эти услуги, будут получать лишь 1100 ф. ст. в месяц, ибо эту сумму они могут заработать в качестве инструкторов по автовождению или еще где-либо. Но поскольку всем преподавателям одинаковой квалификации выплачивается ежемесячно одинаковая сумма, интрамаржинальный (внутрипредельный). — *Прим. перев.*) преподаватель Q_1 получит OW , несмотря на свою готовность трудиться за более низкую заработную плату (OW_1). Экономическая рента интрамаржинального преподавателя составляет WW_1 . Суммарный трансфертный доход на рисунке равен площади диагонально заштрихованной фигуры, находящейся ниже кривой предложения, а экономическая рента равна площади вертикально заштрихованной фигуры, находящейся выше кривой предложения.

Получаемая фактором производства экономическая рента зависит прежде всего от спроса на блага, в выпуске которых ис-

пользуется этот фактор, и поэтому от ПРОИЗВОДНОГО СПРОСА на него. Таким образом, если, например, спрос на преподавателей вырастет с D по D_1 (рис. 141), то для того, чтобы побудить большее число людей стать преподавателями и тем самым увеличить предложение преподавателей до OQ_2 , необходимо повышение ставки заработной платы до OW_2 . Это повышение будет означать, что такие преподаватели, как Q_1 , заработают теперь больше денег и получают более высокую экономическую ренту (W_1W_2). И наоборот, если спрос на преподавателей снизится, то то же самое произойдет со ставками заработной платы; в результате часть преподавателей перейдет на более высокооплачиваемые рабочие места, а остальные будут получать заработную плату, мало отличающуюся по величине от их удерживающего дохода.

Воздействие спроса на удерживающий доход и экономическую ренту зависит от ЭЛАСТИЧНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ фактора производства. Если кривая предложения фактора сравнительно эластична по цене, то большая часть дохода фактора примет форму удерживающего дохода, и экономическая рента будет невелика, как, например, на рынке неквалифицированного труда. В пределе, когда кривая предложения фактора производства горизонтальна, т. е. совершенно эластична по цене, весь доход примет форму удерживающего, а экономическая рента будет равна нулю. С другой стороны, если кривая предложения фактора сравнительно неэластична по цене, то большую часть поступления фактора составит экономическая рента, как, например, на рынках спортивных чемпионов и поп-музыкантов. В крайнем случае, когда кривая предложения фактора производства вертикальна, т. е. совершенно не эластична по цене, весь доход примет форму экономической ренты.

Предложение некоторых факторов производства может быть эластичным в длительном периоде, но сравнительно неэластичным в коротком периоде, так что образуется «временная» экономическая рента, существующая до тех пор, пока предложение полностью не приспособится к спросу. Экономическая рента, которую получают такие факторы производства, называется «квазирентой», и она имеет тенденцию исчезать в длительном периоде после того, как предложение догоняет спрос. Например, чтобы выучиться определенным профессиям, необходим долгий период обучения; внезапное увеличение спроса на подобные профессии позволит людям, которые уже обладают соответствующей квалификацией, получить большую квазиренту благодаря высоким ставкам заработной платы.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА (economic system) — механизм, созданный для решения двусторонних проблем РЕДКОСТИ и ВЫ-

ПУСКА. Поскольку экономические ресурсы ограничены по сравнению с потребностями общества в товарах и услугах, необходимы определённые способы их размещения между альтернативными направлениями использования. В современном мире эту функцию выполняют три основных механизма: ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, в которой размещение ресурсов осуществляется через рынки; ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА, в которой размещение ресурсов осуществляется государством; СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА, в которой размещение ресурсов осуществляется как рынком, так и государством.

См. НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, ПРИВАТИЗАЦИЯ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА (economic statistics) — статистические данные об уровне выпуска и дохода в экономике, экспорте и импорте, уровне безработицы, темпах инфляции и т. д., собираемые правительственными и неправительственными органами. Экономическая статистика может использоваться для выявления тенденции изменения экономических переменных во времени и для сопоставления различных стран или регионов внутри страны. Эти данные можно анализировать, используя традиционные статистические методы или ЭКОНОМЕТРИКУ, чтобы установить существенные взаимосвязи между переменными, лежащими в основе выработки ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ.

Экономическая статистика публикуется в таких правительственных изданиях, как «UK National Accounts» («Голубая Книга»), «UK Balance of Payments» («Розовая Книга») и «Department of Employment Gazette». Международные статистические данные можно найти в таких изданиях, как «United Nations Yearbook», «OECD Main Economic Indicators» и «EC Statistical Digest».

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (economic theory) — разработка ЭКОНОМИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ, описывающих взаимосвязи между экономическими переменными с целью создания на основе этих моделей гипотез, поддающихся проверке. Если ГИПОТЕЗА противоречит данным реального мира, то она будет исправлена или отвергнута в пользу более подходящей; если же гипотеза подтверждается данными реального мира, то она может стать важным ориентиром при выработке ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ. Цель экономической теории — создать упрощённые модели экономических явлений реального мира, делая логические выводы из исходных предпосылок о поведении потребителей, производителей и т. д. (часто с использованием математического аппарата). Если предлагаемая гипотеза основана на экономической модели, то её можно проверить на эмпирических данных.

См. ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ — см. ЭКОНОМИКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ — см. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ (economic efficiency) — один из аспектов ПРОИЗВОДСТВА, заключающийся в подборе при данном объеме ВЫПУСКА такого сочетания ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, которое минимизирует ЗАТРАТЫ. В более широком понимании экономическая эффективность — то же самое, что и эффективность РАЗМЕЩЕНИЯ РЕСУРСОВ в экономике, которая имеет место, когда объем выпуска товаров и услуг полностью отражает предпочтения потребителей в отношении этих товаров и услуг и отдельные товары и услуги производятся с минимальными затратами при соответствующей структуре расхода факторов.

См. ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ФУНКЦИЯ ЗАТРАТ.

ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНОЕ НАСЕЛЕНИЕ (economically active population) — часть НАСЕЛЕНИЯ страны, которая занята в производстве и обращении товаров и услуг, т. е. РАБОЧАЯ СИЛА.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ САНКЦИИ (economic sanctions) — двусторонние или многосторонние запреты (эмбарго) на ЭКСПОРТ и ИМПОРТ товаров, услуг и капитала отдельных стран. Экономические санкции применяются в качестве дополнения к политическому давлению, которое оказывает международное сообщество на страну, чтобы изменить её политику (в частности, экономическую).

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ (economic growth) — рост реального ВЫПУСКА экономики во времени. Экономический рост обычно измеряется либо как увеличение реального ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА (ВНП) или реального ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА (ВВП), либо как увеличение ДОХОДА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ. Последний показатель рассчитывается как отношение суммарного выпуска к численности населения. Поэтому если суммарный выпуск растет немногим быстрее, чем население, то средний уровень жизни повышается незначительно.

**Среднегодовой темп роста ВВП
в отдельных странах, в %**

	1965–1980	1980–1990
Япония	6.4	4.1
США	2.7	3.4
Германия	3.3	2.1
Великобритания	2.3	3.1

Источник: World Development Report,
World Bank, 1992.

Достижение высокого темпа экономического роста — одна из четырех основных целей МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ. Значение экономического роста заключается в его вкладе в процветание общества. Рост желателен, поскольку он даёт возможность обществу потреблять больше товаров и услуг, а также увеличивает объём предоставляемых общественных благ (медицина, образование и т. д.), повышая, таким образом, реальный уровень жизни. Однако быстрый экономический рост может также приводить к исчерпанию невозпроизводимых природных ресурсов и обострению проблемы загрязнения окружающей среды.

На способность экономики увеличивать производство товаров и услуг влияет ряд факторов:

(а) рост количества и качества капитальных благ (НАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА) (см. ИНВЕСТИЦИИ);

(б) рост количества и качества РАБОЧЕЙ СИЛЫ;

(в) рост количества и качества ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ;

(г) эффективное использование факторов производства с тем, чтобы, повышая их ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, максимизировать их вклад в расширение выпуска;

(д) разработка и внедрение технически прогрессивных методов производства и новых продуктов (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОГРЕССИВНОСТЬ).

Последних два фактора особенно важны, если на экономическое состояние страны влияет МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ, усиливая значение конкурентоспособности для стран с высокой долей экспорта и импорта (см. ПРОНИКНОВЕНИЕ ИМПОРТА).

На степень фактической реализации потенциала экономического роста влияет еще один фактор:

(е) уровень СОВОКУПНОГО СПРОСА. Уровень спроса должен быть достаточно высок, чтобы полностью использовать растущие производственные возможности экономики.

Государство может стимулировать процесс роста, увеличивая текущие расходы в экономике путём снижения налогов (см. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА), а также увеличивая денежную массу и снижая процентные ставки (см. КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНАЯ ПОЛИТИКА). Кроме того, оно может воздействовать на объём предложения в экономике, стимулируя предпринимательскую инициативу и предоставляя ресурсы для повышения производительности и проведения исследований (см. ЭКОНОМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА).

См. ГРАНИЦА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, ФОНДОВО-ОРУЖЕННОСТЬ, КАПИТАЛОЕМКОСТЬ, РАСШИРЕНИЕ КАПИТАЛА, УГЛУБЛЕНИЕ КАПИТАЛА, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРО-

ДУКТ, МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ДОМАРА, МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ХАРРОДА, МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОЛОУ, МЕЖВРЕМЕННОЕ ЗАМЕЩЕНИЕ.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ (economic union) — форма торгово-интеграции между странами, которая не только делает возможной свободную торговлю и свободное перемещение факторов производства (что характеризует ОБЩИЙ РЫНОК), но и унифицирует общие экономические цели стран-членов в отношении экономического роста, занятости и т. д. и согласовывает кредитно-денежную, фискальную и другие виды экономической политики.

Экономический союз — одна из долгосрочных целей ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ — см. ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК (economic man) — предпосылка экономической теории, согласно которой индивиды действуют рационально, определяя свои цели, а затем принимают решения, которые соответствуют этим целям. Так, ПРЕДПРИНИМА-

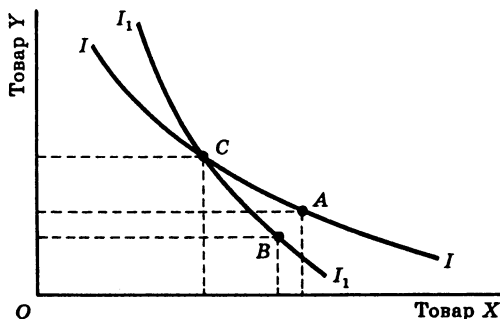


Рис. 142. Экономический человек. График показывает, что при принятии предпосылки о рациональном поведении потребителя, кривые безразличия не могут пересекаться. Кривые безразличия I и I_1 отражают предпочтения потребителя в отношении двух благ — X и Y . Точка A кривой безразличия I соответствует более высокому уровню удовлетворения для потребителя, чем точка B на кривой безразличия I_1 , поскольку в точке A потребитель имеет большее количество обоих благ, чем в точке B . Тем не менее точка C лежит на обеих кривых. Это означает, что потребитель, предпочитая ранее комбинацию товаров в точке A их комбинации в точке B , теперь считает их равными друг другу в точке C . Если потребитель рационален, то такая противоречивая или нетранзитивная система предпочтений не может возникнуть; следовательно, кривые безразличия не пересекаются.

ТЕЛЬ устанавливает цель МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ и корректирует объём выпуска и цену с тем, чтобы достичь этой цели. ПОТРЕБИТЕЛЬ стремится к максимизации своей ПОЛЕЗНОСТИ, или удовлетворения, и покупает блага в зависимости от своих вкусов и относительных цен на них. См. рис. 142.

См. РАЦИОНАЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ, РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ (economic development) — процесс экономических преобразований, включающий структурные изменения экономики через ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЮ и рост ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА и ДОХОДА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ. Вообще говоря, РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ характеризуются преобладанием производства первичных продуктов (главным образом сельскохозяйственного производства) и низким доходом на душу населения; РАЗВИТЫЕ СТРАНЫ характеризуются большой долей обрабатывающей промышленности и сферы услуг в экономике и высоким уровнем дохода на душу населения.

Реальные ИНВЕСТИЦИИ — важный фактор в процессе преобразования экономики. Инвестиции не только расширяют производственные возможности экономики по выпуску товаров и услуг и приводят к росту ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ресурсов, но и вследствие эффекта мультипликатора увеличивают совокупный спрос и национальный доход. Увеличение национального дохода вызывает рост сбережений, обеспечивая таким образом финансирование дальнейшего накопления капитала.

Доход на душу населения и структура экономики отдельных стран, 1990 г.

	Доход на душу населения, долл. США	Структура экономики: валовой внутренний продукт, %		
		сельское хозяйство	промышленность	сфера услуг
Развивающиеся страны				
Сомали	120	65	9	26
Мозамбик	80	65	15	20
Непал	170	60	14	26
Индия	350	31	29	40
Развитые страны				
Великобритания	16 100	2	36	62
Япония	25 430	3	41	56
США	21 790	2	29	69
Германия	22 320	2	39	59

Источник: World Development Report, World Bank, 1992.

См. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СДВИГ, СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ.

ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА (economies of scale) — снижение СРЕДНИХ (или удельных) ЗАТРАТ в ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ, которое происходит по мере увеличения объема выпуска фирмы (при этом все ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА являются переменными). Экономия от масштаба имеет место в большинстве отраслей, поэтому с увеличением производства продукта средние, или единичные, затраты сокращаются. См. рис. 143.

Экономия от масштаба может иметь место как на уровне отдельного завода, так и на уровне фирмы (имеющей ряд заводов) и возникает из-за: (а) неделимости машин и оборудования, особенно если несколько производственных процессов связаны друг с другом; (б) экономии от увеличения размеров — для многих типов оборудования (цистерн, паровых котлов) как эксплуатационные затраты, так и затраты на наладочные работы растут в меньшей степени, чем производственная мощность; (в) экономии от СПЕЦИАЛИЗАЦИИ — чем больше выпуск, тем шире возможности использования специализированных труда и оборудования; (г) более совершенных производственных методов или организации производства — с увеличением масштаба можно использовать автоматизированное оборудование вместо оборудования с ручным управлением или заменять МАССОВЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ МЕЛКОСЕРИЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО; (д) экономии от оптовых закупок сырья и ма-

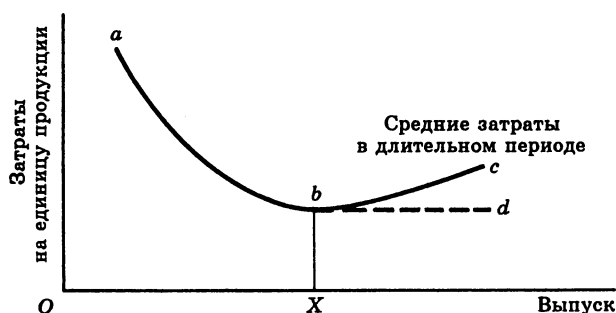


Рис. 143. Экономия от масштаба. На графике изображена обычная U-образная кривая долгосрочных средних затрат завода. OX — объем выпуска, при котором минимизируются средние затраты и исчерпывается экономия от масштаба. С дальнейшим ростом выпуска могут возникнуть потери от масштаба (bc), хотя и не всегда (bd) (см. МИНИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ).

териалов; (е) экономии от реализации, которая является результатом использования рекламы в средствах массовой информации и большей интенсивности использования сбытовых мероприятий; (ж) финансовой экономии, основой которой является способность крупных фирм мобилизовать капитал на более выгодных условиях; (з) управленческой экономии от использования специальных методов управления, как-то: анализ рабочего времени, оперативное исследование и анализ критического пути.

Удельные затраты не убывают монотонно при неограниченном увеличении размеров фирмы. В определённой точке (см. рис. 143) при минимально эффективном масштабе OX могут стабилизироваться, а после этого либо оставаться относительно неизменными — bd , либо начать увеличиваться из-за растущих сложностей в управлении крупной организацией — потеря от масштаба bc .

Возможности для реализации экономии от масштаба могут быть ограничены по ряду причин. В некоторых отраслях природа продукта, производственных процессов или технологии может быть такова, что ПОТЕРИ ОТ МАСШТАБА возникают при небольших уровнях выпуска. С другой стороны, суммарный рыночный спрос может быть недостаточным, чтобы позволить фирмам достичь минимально эффективного масштаба, или доля фирмы на рынке может быть слишком мала. Если потребители предъявляют спрос на самые разнообразные продукты, то тем самым они уменьшают возможности стандартизации и крупномасштабного производства.

Существенной экономии от масштаба обычно сопутствует высокая КОНЦЕНТРАЦИЯ ПРОДАВЦОВ, как, например, в нефтехимической отрасли и в автомобилестроении, так как только в этом случае выпуск можно производить с максимальной эффективностью. В таких отраслях фирмы могут осуществить ГОРИЗОНТАЛЬНУЮ ИНТЕГРАЦИЮ, в особенности посредством СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ, чтобы избавиться от заводов с высоким уровнем затрат и рационализировать производство с целью полного использования экономии от масштаба.

В некоторых отраслях ГИБКИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ СИСТЕМЫ могут позволить производить различные изделия в небольших количествах с затратами, которые при обычных технологиях достигаются в крупномасштабном производстве. Тем самым они понижают МИНИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ и приводят к уменьшению КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОДАВЦОВ.

См. ВНЕШНЯЯ ЭКОНОМИЯ ОТ МАСШТАБА, ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ.

ЭКОНОМИЯ ОТ РАЗНООБРАЗИЯ (economies of scope) — снижение СРЕДНИХ (или единичных) ЗАТРАТ в ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ, которое происходит по мере увеличения разнообразия деятельности фирмы. Фирма может добиться экономии от разнообразия, распределяя общие ресурсы между разными направлениями своей деятельности или объединяя сбыт своих продуктов. Например, строительное общество может использовать имеющиеся финансы и служебный персонал не только для продажи закладных, но и для оказания клиентам других финансовых услуг, например осуществления банковских и страховых операций.

Экономия от разнообразия часто бывает важным мотивом осуществления фирмами «концентрической» ДИВЕРСИФИКАЦИИ.

ЭКСПЕДИТОРСКАЯ ФИРМА (freight forwarder or forwarding agent) — фирма, специализирующаяся на перевозке товаров с фабрики, склада и т. п. непосредственно потребителю (в случае внутренних перевозок) и в морские порты, аэропорты и т. д. (в случае, когда товары идут на экспорт). В последнем случае экспедиторская фирма оформляет также документацию, требующую таможенными властями, и учетные документы.

ЭКСПОРТ (export) — товары, услуги или капитальные активы, продаваемые за рубеж.

(1) Товары, которые производятся в данной стране, затем перевозятся за границу и там продаются за иностранную валюту, называются *видимым экспортом*.

(2) Услуги, которые предоставляются иностранцам либо в данной стране (например, обслуживание туристов), либо за границей (банковские, страховые услуги) за иностранную валюту, называются *невидимым экспортом*.

(3) Капитал, который размещается за границей в форме портфельных инвестиций, прямых инвестиций в иностранные реальные активы и банковских депозитов, называется *экспортом капитала*.

Экспорт важен по двум основным причинам: (а) вместе с импортом он формирует ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС страны (страна должна экспортировать для того, чтобы финансировать, т. е. оплатить в иностранной валюте, свой импорт); (б) он является вливанием в КРУГООБОРОТ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА, приводя к увеличению реального национального дохода и выпуска.

См. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ, ЭКСПОРТНЫЙ МУЛЬТИПЛИКАТОР, ЗАТРАТЫ — СТРАХОВАНИЕ — ФРАХТ, Ф.О.Б., СВИДЕТЕЛЬСТВО О ПРОИСХОЖДЕНИИ, СТРАХОВАНИЕ, ФАКТОРИНГ, ФОРФЕЙТИНГ, ЭКСПОРТНЫЕ СУБСИДИИ, СОГЛАШЕНИЕ ПО ОГРАНИЧЕНИЮ ЭКСПОРТА, ЗАГРАНИЧ-

НЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, ВАЛЮТНЫЙ КУРС, ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ, УСЛОВИЯ ТОРГОВЛИ.

ЭКСПОРТНЫЕ СУБСИДИИ (export subsidy) — прямая выплата, налоговая льгота или льготный заём с низким процентом, предоставляемые государством отечественным фирмам для того, чтобы дать им возможность снизить цены на экспортируемую продукцию (см. ЭКСПОРТ). Однако хотя широкое использование страной экспортных субсидий может увеличить её экспорт и улучшить её платёжный баланс, такие субсидии рассматриваются ГЕНЕРАЛЬНЫМ СОГЛАШЕНИЕМ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ как «нечестная» торговая практика и часто приводят к принятию ответных мер («репрессалий») со стороны других стран.

См. УРАВНИТЕЛЬНАЯ ПОШЛИНА, ПОЛИТИКА РАЗОРЕНЕНИЯ СОСЕДА.

ЭКСПОРТНЫЙ МУЛЬТИПЛИКАТОР (export multiplier) — отношение прироста НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА страны к вызвавшему его приросту спроса на ЭКСПОРТ этой страны. ВЛИВАНИЕ растущего спроса в КРУГООБОРОТ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА повышает национальный доход на некоторую величину, кратную первоначальному увеличению экспорта. Значение экспортного мультипликатора зависит от ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТИ К СБЕРЕЖЕНИЮ, ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТИ К ИМПОРТУ и ПРЕДЕЛЬНОЙ СКЛОННОСТИ К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ страны. Чем больше эти показатели, т. е. больше УТЕЧКИ из кругооборота национального дохода, тем меньше значение экспортного мультипликатора. См. рис. 144.

См. МУЛЬТИПЛИКАТОР, МУЛЬТИПЛИКАТОР ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ, ЭКСПОРТООБУСЛОВЛЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ.

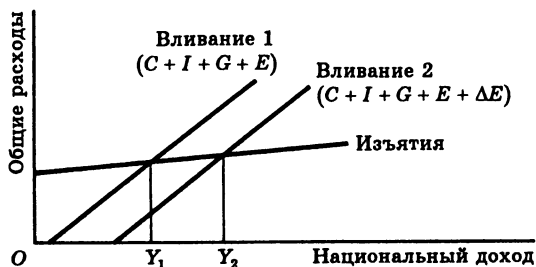


Рис. 144. Экспортный мультипликатор. Воздействие увеличения экспорта на национальный доход. Прирост экспорта (ΔE) приводит к росту суммарных вливаний и сдвигу кривой вливаний вправо, что увеличивает национальный доход с Y_1 до Y_2 .

ЭКСПОРТООБУСЛОВЛЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ (export-led growth) — экономический подъём, происходящий под влиянием увеличения экспорта. Рост экспорта представляет собой вливание дополнительного дохода в экономику страны и приводит к увеличению совокупного спроса на произведённый внутри страны продукт (см. **ЭКСПОРТНЫЙ МУЛЬТИПЛИКАТОР**). Не менее важно то, что рост экспорта позволяет увеличить импорт, в результате чего снижается ограничение **ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА** на достижение устойчивого **ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**.

См. **МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА**.

ЭКСТРАПОЛИРОВАТЬ (extrapolate) — оценивать неизвестное (будущее) значение величины как продолжение известных (прошлых) значений. Это означает предсказание значений **ЗАВИСИМОЙ ПЕРЕМЕННОЙ**, соответствующих тем значениям **НЕЗАВИСИМОЙ ПЕРЕМЕННОЙ**, которые лежат вне диапазона наблюдавшихся значений. За пределами этого диапазона линия тренда может быть определена неточно, так как лежащие в её основе соотношения при расширении диапазона могут измениться. Если бы мы *интерполировали*, т. е. предсказывали бы значение **зависимой переменной**, соответствующее значению **независимой переменной**, лежащему внутри диапазона наблюдавшихся значений, то предсказание было бы более достоверным.

См. **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ**.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (elasticity of supply) — степень чувствительности **ПРЕДЛОЖЕНИЯ** некоторого блага к изменению **ЦЕНЫ** этого блага (**ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ**).

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ (price-elasticity of supply) — показатель степени чувствительности **ПРЕДЛОЖЕНИЯ** к данному изменению **ЦЕНЫ**¹:

$$\text{эластичность предложения} = \frac{\text{изменение объёма предложения, \%}}{\text{изменение цены, \%}}.$$

Если изменение цены влечёт за собой более чем пропорциональное изменение объёма предложения, то предложение эластично по цене (рис. 145). Если изменение цены приводит к менее чем пропорциональному изменению объёма предложения, то предложение неэластично по цене (рис. 145б).

В крайних случаях предложение может быть совершенно неэластично по цене, т. е. изменение цены вообще не оказывает никакого влияния на объём предложения, и тогда кривая предложения представляется в виде вертикальной прямой ли-

¹ См. примеч. к ст. **ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ**.

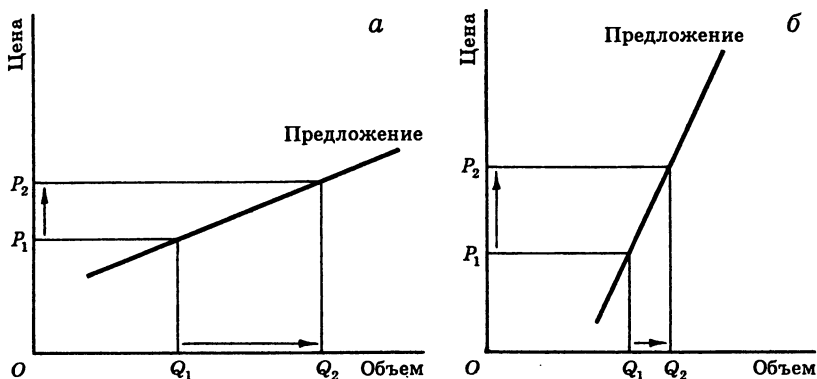


Рис. 145. Эластичность предложения по цене. а. Эластичное предложение. б. Неэластичное предложение.

нии. Предложение может быть совершенно эластичным по цене, т. е. любое количество продукта будет предлагаться по фиксированной цене, и тогда кривая предложения будет иметь вид горизонтальной прямой линии.

Степень чувствительности предложения к изменению цены зависит от временного «горизонта». В коротком периоде предложение может быть увеличено в ответ на увеличение спроса (цены) только посредством более интенсивного использования существующих производственных мощностей, но эта интенсификация увеличивает рыночное предложение лишь на незначительную величину. Таким образом, в коротком периоде предложение является малоэластично по цене. В длительном периоде фирмы способны увеличить свои производственные мощности, построив дополнительные заводы и расширив возможности существующих, так что предложение в длительном периоде более эластично по цене. Однако в некоторых отраслях, например в нефтехимической промышленности, реакция предложения на изменение цен в длительном периоде может занять не менее пяти лет.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА (elasticity of demand or demand elasticity) — мера чувствительности СПРОСА на некое благо к изменению одной из НЕЗАВИСИМЫХ ПЕРЕМЕННЫХ, определяющих спрос на это благо. Реакция спроса на изменение цены называется ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА ПО ЦЕНЕ; реакция спроса на изменение дохода называется ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА ПО ДОХОДУ; реакция спроса на благо на изменение цен других благ называется ПЕРЕКРЕСТНОЙ ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА.

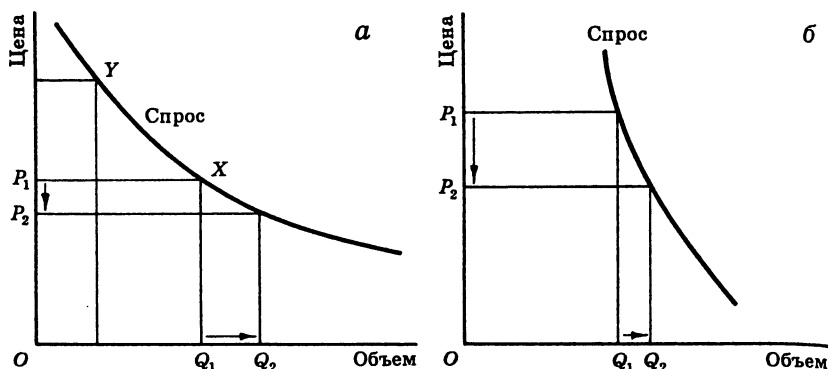


Рис. 146. Эластичность спроса по цене. а. Эластичный спрос. б. Неэластичный спрос.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ (income-elasticity of demand) — мера чувствительности СПРОСА к изменению дохода:

$$\text{эластичность спроса по доходу} = \frac{\text{изменение объёма спроса, \%}}{\text{изменение дохода, \%}}.$$

Если относительное изменение объёма спроса превосходит вызвавшее его относительное изменение дохода, то спрос называют *эластичным по доходу*; если же относительное изменение объёма спроса меньше относительного изменения дохода, то спрос называют *неэластичным по доходу*.

Эластичность по доходу положительна для НОРМАЛЬНОГО ТОВАРА и отрицательна для НЕПОЛНОЦЕННОГО ТОВАРА. ТОВАРЫ ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ имеют эластичность по доходу меньше единицы, а ПРЕДМЕТЫ РОСКОШИ — больше единицы.

См. ЗАКОН ЭНГЕЛЯ, ЭФФЕКТ ДОХОДА, КРИВАЯ «ДОХОД — ПОТРЕБЛЕНИЕ», СДВИГ КРИВОЙ СПРОСА.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ (price-elasticity of demand) — мера чувствительности спроса к данному изменению цены:¹

$$\text{эластичность спроса по цене} = \frac{\text{изменение объёма спроса, \%}}{\text{изменение цены, \%}}.$$

Если изменение цены ведёт к более чем пропорциональному изменению объёма спроса, то такой спрос *эластичен по цене* (рис. 146а). Если изменение цены ведёт к менее чем пропорцио-

¹ Приводимое ниже равенство является приближённым и тем более точным, чем меньше изменения цены и объёма спроса. См. точечная эластичность (прим. ред.).

нальному изменению объёма спроса, то такой спрос *неэластичен по цене*.

В крайних случаях спрос может быть совершенно неэластичен по цене, т. е. изменение цены вообще не оказывает никакого влияния на уровень спроса, и тогда кривая спроса представляется в виде вертикальной прямой линии. Спрос может быть совершенно эластичным по цене, т. е. любое количество продукта будет пользоваться спросом при фиксированной цене, и тогда кривая спроса изображается в виде горизонтальной прямой линии.

ОБЩАЯ ВЫРУЧКА (произведение цены на объём спроса) зависит от изменения цен. Если спрос эластичен по цене, то небольшое снижение цены приведёт к большему увеличению объёма спроса, так что снижение цен вызовет увеличение общей выручки (в то время как рост цен приведёт к падению общей выручки). Напротив, если спрос неэластичен по цене, даже большое снижение цены приведёт лишь к малому увеличению объёма спроса, так что снижение цен приведёт к снижению общей выручки (в то время как рост цен — к увеличению общей выручки). Если спрос имеет *единичную эластичность*, то процентное снижение цены приведёт к точно такому же процентному увеличению объёма спроса и общая выручка останется на прежнем уровне.

Однако необходимо заметить, что эластичность спроса по цене может варьировать на протяжении данной кривой спроса. Например, несмотря на то, что на рис. 146а кривая спроса в целом эластична, она более эластична в точке X, чем в точке Y.

Концепция эластичности спроса полезна для фирм при установлении товарных цен (включая ЦЕНОВУЮ ДИСКРИМИНАЦИЮ) и для правительства при установлении ставок косвенных налогов, таких как АКЦИЗЫ, для увеличения сбора налогов.

См. также ДУГОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ, ТОЧЕЧНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ, ТАРИФ, ЦЕНА ПРОНИКНОВЕНИЯ, ЦЕНА «СНЯТИЯ СЛИВОК», УСЛОВИЕ МАРШАЛЛА — ЛЕРНЕРА.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАМЕЩЕНИЯ (elasticity of technical substitution) — характеристика изменчивости соотношения затрат производственных факторов (см. РАСХОД ФАКТОРА) при неизменном уровне ВЫПУСКА, например соотношения затрат КАПИТАЛА и ТРУДА:

$$e = \frac{\text{процентное изменение соотношения затрат производственных факторов}}{\text{процентное изменение соотношения предельных физических продуктов каждого из них}}$$

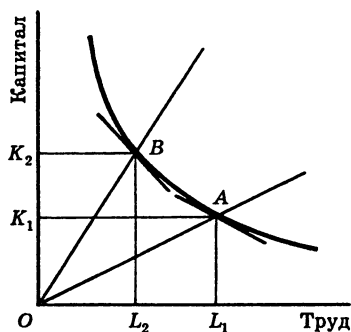


Рис. 147. Эластичность технического замещения. В числителе дроби — процентное изменение количества используемых факторов при движении от луча OA к лучу OB , в знаменателе — изменение отношения предельных физических продуктов факторов, которое равно наклону изокванты в точках касания A и B .

Знаменатель этой дроби — изменение ПРЕДЕЛЬНОЙ НОРМЫ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАМЕЩЕНИЯ. По существу эластичность технического замещения есть изменение соотношения затрат факторов (числитель) по отношению к изменению нормы замещения (знаменатель). Данную дробь можно иллюстрировать графически с помощью ИЗОКВАНТ (кривые равного выпуска) и ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ЛУЧЕЙ (см. рис. 147).

Если замена невозможна ($e = 0$), факторы должны использоваться в постоянном соотношении; когда же факторы — совершенные заменители, то $e = \infty$. Фактическое значение этого показателя находится где-то между этими двумя крайностями. Если он равен единице (как допускается в ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ КОББА — ДУГЛАСА), то соотношение затрат факторов изменяется в той же пропорции, что и предельная норма технического замещения.

ЭЛАСТИЧНЫЙ (elastic) — относительно восприимчивый к изменению.

См. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ, ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ, ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ, ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА.

ЭЛЕКТРОННАЯ СИСТЕМА ПРОДАЖ (electronic point of sale (EPOS)) — система учёта товарооборота, использующая сложные кассовые аппараты, которая регистрирует общую сумму, уплачиваемую покупателем, выдаёт ему чек и одновременно корректирует данные о ЗАПАСАХ фирмы, чтобы облегчить ей планирование повторного заказа товаров. Электронная система продаж все более используется в розничных торговых точках, например в супермаркетах.

ЭМБАРГО (embargo) — запрет на ИМПОРТ и ЭКСПОРТ определённых видов продукции (например, военной техники) или пол-

ное запрещение торговли с некоторой страной в дополнение к политическим мероприятиям правительства.

ЭМИССИОННЫЙ ДОМ (issuing house) — финансовый институт (зачастую подразделение **ТОРГОВОГО БАНКА**), который организует выпуск новых **АКЦИЙ** и гарантирует их размещение в интересах корпораций-клиентов на **ФОНДОВОЙ БИРЖЕ**.

ЭМИССИЯ АКЦИЙ (share issue) — выпуск акций **АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ**. Новый акционерный капитал чаще всего создаётся с помощью эмиссионных домов или торговых банков, которые организуют продажу акций по поручению компаний-клиентов. Акции могут выпускаться различными способами, в том числе: посредством «предложения на продажу» («offer for sale») непосредственно широкой публике или «представлением» («introduction») по установленной фиксированной цене; предложением на продажу через **ТЕНДЕР**, при котором цена акции определяется как средняя из цен, названных потенциальными покупателями при наличии ограничения минимальной цены; **ЭМИССИЕЙ ПРАВ**, т. е. продажей акций уже существующим акционерам по фиксированной цене; *размещением* акций по установленной цене среди «избранных» инвесторов, в качестве которых часто выступают **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ**.

Когда акции выпускаются посредством «предложения на продажу», компания издаёт **ПРОСПЕКТ ЭМИССИИ**, приглашая публику к подписке на акции. При этом потенциальные покупатели, подавая *заявку* на подписку, выплачивают, частично или полностью, стоимость интересующего их пакета акций. Затем компания организует **РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АКЦИЙ** между будущими акционерами. Если имеет место *сверхподписка* на эмиссию акций, т. е. число акций, на которые поданы заявки, превзошло число выпущенных акций, то фирма должна использовать ту или иную процедуру размещения акций между претендентами. Чтобы предотвратить возможность недоподписки на эмиссию акций, компании обычно договариваются с торговым банком о том, что последний в случае недоподписки купит все непроданные акции. Удачливые претенденты затем выплачивают оставшуюся часть стоимости приобретённых ими пакетов акций или второй взнос до конечной цены в ответ на требование компании. На этой стадии их фамилии заносятся в реестр **АКЦИОНЕРОВ**, они вступают во все права акционеров, включая право получать **ГОДОВЫЕ ОТЧЁТЫ** и **ОТЧЁТНОСТЬ** и голосовать на **ГODOVOM ОБЩЕМ СОБРАНИИ**.

См. **ФОНДОВАЯ БИРЖА**, **ПРИЗВАННЫЙ КАПИТАЛ**, **ОПЛАЧЕННЫЙ КАПИТАЛ**, **АКЦИОНЕРНЫЙ СЕРТИФИКАТ**, **ПРЕМИЯ ПО АКЦИЯМ**.

ЭМИССИЯ ПРАВ (right issue) — выпуск АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИЕЙ дополнительного количества АКЦИЙ и продажа их уже существующим АКЦИОНЕРАМ по цене, которая обычно несколько ниже текущей рыночной цены. Права размещаются среди существующих акционеров пропорционально количеству имеющихся у них акций, и если акционер не хочет приобретать дополнительные акции, он может продать свое право другому. Ср. БОНУСНАЯ ЭМИССИЯ.

ЭМПИРИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА (empirical testing) — процесс проверки экономических теорий на эмпирических данных.

См. ГИПОТЕЗА, ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ.

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ПРАВИЛО (rule of thumb) — грубый метод принятия решения, обеспечивающий приемлемое приближенное решение задачи. Применяется тогда, когда точные методы недоступны или требуют слишком больших затрат на сбор и обработку информации. Например, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ «ЗАТРАТЫ ПЛЮС» практически используется фирмами при отсутствии сведений о будущем спросе и условиях формирования затрат, необходимых для уравнивания предельных затрат и предельной выручки с целью достижения оптимального решения.

См. РИСК И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ.

ЭНДОГЕННАЯ ПЕРЕМЕННАЯ (endogenous variable) — ПЕРЕМЕННАЯ в какой-либо ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ, которая влияет на взаимосвязи, описываемые в модели, и сама подвергается воздействию с их стороны. Например, в модели РАВНОВЕСНОГО УРОВНЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА увеличение расходов на потребление приводит к росту совокупного спроса и уровня национального дохода. Но повышение уровня национального дохода (которое, предположим, является результатом увеличения инвестиций) вызовет рост самих расходов на потребление. Ср. ЭКЗОГЕННАЯ ПЕРЕМЕННАЯ.

ЭНДОГЕННЫЕ ДЕНЬГИ, или **ВНУТРЕННИЕ ДЕНЬГИ** (endogenous money or inside money) — часть ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, которая создаётся внутри экономической системы банковским сектором в противоположность деньгам, которые «накачиваются» в систему извне государством (ЭКЗОГЕННЫЕ ДЕНЬГИ).

См. СОЗДАНИЕ БАНКОВСКИХ ДЕПОЗИТОВ, ГРАФИК ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

ЭФФЕКТ БОГАТСТВА (wealth effect) — эффект воздействия изменения БОГАТСТВА человека, в частности изменения цен на дома, которыми он владеет, на уровень его ПОТРЕБЛЕНИЯ. Быстрое повышение ценности имущества может стимулировать собственников расходовать больше денег на текущее потребление.

ние либо за счёт РАСПОЛАГАЕМОГО ДОХОДА, либо в КРЕДИТ; и наоборот, снижение цен на имущество приводит к уменьшению богатства собственника и его текущего потребления.

См. ФУНКЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ.

ЭФФЕКТ ВЕБЛЕНА (Veblen effect) — явление в теории ПОТРЕБЛЕНИЯ, при котором потребители могут иметь КРИВУЮ СПРОСА С ПОЛОЖИТЕЛЬНЫМ НАКЛОНОМ (в противоположность КРИВОЙ СПРОСА с отрицательным наклоном), так как им свойственно ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ. Кривая спроса с отрицательным наклоном означает, что объём спроса на определённый товар находится в обратной зависимости от его цены (когда цена возрастает, объём спроса снижается). С другой стороны, действие эффекта Веблена приводит к тому, что объём спроса на определённый товар оказывается в прямой зависимости от его цены (когда цена возрастает, объём спроса также растёт).

См. также ВЕБЛЕН, ЭФФЕКТ ДОХОДА, ЗАКОН ЭНГЕЛЯ.

ЭФФЕКТ ВЫТЕСНЕНИЯ (crowding-out effect) — увеличение ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ, которое приводит к уменьшению уровня расходов частного сектора. Финансовое вытеснение, описываемое в примечании к рис. 148, обусловлено лишь постоянством денежной массы, которое вызывает недостаток дополнительных заёмных средств для финансирования добавочных государственных расходов. Если денежная масса фиксирована, то связанное с дополнительными государственными расходами увеличение ПОТРЕБНОСТЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА в ЗАЙМАХ будет по мере роста государственных займов приводить к росту ставок процента, что уменьшит стимулы к инвестициям частного сектора. С другой стороны, если бы дополнительные заёмные средства можно было бы получить, скажем, из-за границы, то финансирование дополнительных займов правительства ненамного повысило бы процентные ставки и оказало бы незначительное влияние на частные инвестиции.

Термин «вытеснение» используется также в более широком смысле для описания последствий крупных государственных расходов при ограниченных национальных ресурсах, которых, таким образом, остаётся меньше для осуществления частных потребительских расходов, инвестиций частного сектора и экспорта. Такое реальное вытеснение будет иметь место лишь в той степени, в которой общий объём национальных ресурсов фиксирован и они полностью используются, так что увеличение спроса государственного сектора на ресурсы уменьшает их количество, остающееся в распоряжении частного сектора. Когда же можно привлечь недоиспользуемые ресурсы, есть воз-

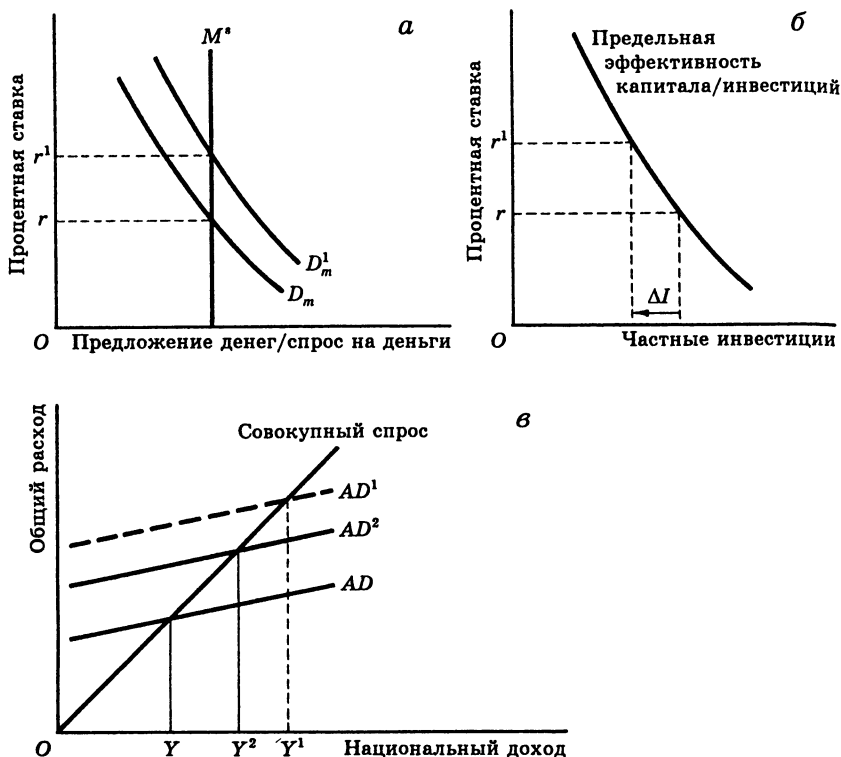


Рис. 148. Эффект вытеснения. а. Увеличение государственных расходов приводит к росту реального НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА и выпуска (см. РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА), который, в свою очередь, увеличивает спрос на деньги с D_m до D_m^1 , так как, чтобы купить большее количество произведенных товаров и услуг, нужно больше денег. б. Это вызывает рост ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ (с r до r^1), который затем уменьшает (вытесняет) на определённую величину частные инвестиции (ΔI). в. Увеличение государственных расходов, рассматриваемое изолированно от остальных факторов, приводит к росту СОВОКУПНОГО СПРОСА с AD до AD^1 , но, с учётом падения частных инвестиций, конечный результат — рост совокупного спроса только до AD^2 .

возможность удовлетворить спрос как государственного, так и частного секторов.

См. ПЕРЕДАТОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА/ИНВЕСТИЦИЙ.

ЭФФЕКТ ДОХОДА (income effect) — изменение реального ДОХОДА ПОТРЕБИТЕЛЯ в результате изменения ЦЕН на потребляемые

им блага. Падение цен на блага обычно приводит к повышению спроса на них (см. ТЕОРИЯ СПРОСА). Частично спрос увеличивается благодаря эффекту *реального дохода* (т. е. дохода, скорректированного с учётом изменения цен для отражения текущей покупательной способности). Если, допустим, потребитель имеет доход в 10 ф. ст., а цена блага X равна 1 ф. ст., он может купить 10 единиц этого блага; если цена блага X падает до 50 пенсов, потребитель может купить те же 10 единиц этого блага за 5 ф. ст. Таким образом, потребитель имеет 5 «лишних» фунтов для покупки блага X и других благ. Эффект дохода вместе с ЭФФЕКТОМ ЗАМЕНЫ объясняет причину отрицательного наклона КРИВОЙ СПРОСА.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ТЕОРИЯ ВЫЯВЛЕННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ, ЭФФЕКТ ЦЕНЫ.

ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ (ЗАМЕЩЕНИЯ) (substitution effect) — замена одного БЛАГА другим, вызванная изменением их относительных цен. Снижение цены блага, как правило, приводит к увеличению объёма спроса на него. Часть этого увеличения обусловлена эффектом замещения. Более низкая цена блага X при неизменных ценах на другие блага увеличивает его привлекательность, побуждая потребителя заменить благом X ряд благ, ставших относительно более дорогими. Эффект замещения вместе с ЭФФЕКТОМ ДОХОДА позволяет объяснить отрицательный наклон КРИВЫХ СПРОСА.

См. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ВЫЯВЛЕННОЕ ПРЕДПОЧТЕНИЕ, ЭФФЕКТ ЦЕНЫ.

ЭФФЕКТ РЕАЛЬНЫХ КАССОВЫХ ОСТАТКОВ (ЭФФЕКТ ПИГУ) (real balance effect or Pigou effect) — механизм, посредством которого изменение реальной ценности денежных остатков приводит к изменению СОВОКУПНОГО СПРОСА. Если в экономике цены являются гибкими, снижение уровня цен приведёт к увеличению реальной ценности наличности, хранимой домашними хозяйствами. Увеличение денежного богатства домашних хозяйств увеличивает их ПОКУПАТЕЛЬНУЮ СПОСОБНОСТЬ, стимулируя, таким образом, потребление. И наоборот, рост уровня цен уменьшает реальную ценность наличности, хранимой домашним хозяйством, и, сокращая его покупательную способность, заставляет уменьшить потребление. Так как цены обычно снижаются во время спада, эффект Пигу в это время частично погашает падение потребления, связанное со спадом. Тем не менее, если механизм Пигу действует в состоянии полной занятости, увеличение потребительского спроса, связанное с увеличением реального денежного богатства, не

может быть удовлетворено вследствие того, что экономика уже работает с полной нагрузкой. В этом случае цены будут расти до тех пор, пока реальные денежные остатки не достигнут своего начального уровня.

ЭФФЕКТ ФИШЕРА (Fisher effect) — понятие, в котором формально учитывается воздействие ИНФЛЯЦИИ на ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ по займу или ОБЛИГАЦИИ. В уравнении, предложенном Ирвином Фишером (1867–1947), номинальная процентная ставка по займу выражается как сумма РЕАЛЬНОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ и темпа инфляции, ожидаемого в течение срока действия займа: $R = r + F$, где R — номинальная процентная ставка, r — реальная процентная ставка, а F — годовой темп инфляции.¹ Так, если инфляция составляет 6% в год, а реальная процентная ставка равна 4%, то номинальная процентная ставка будет 10%. Премия за инфляцию (6%), включаемая в номинальную процентную ставку, позволяет компенсировать потери кредиторов, связанные с падением покупательной силы денег, данных займа, к моменту их возвращения заёмщиками.

Эффект Фишера предполагает прямую зависимость между инфляцией и номинальными процентными ставками, когда изменения годового темпа инфляции ведут к соответствующим изменениям номинальных процентных ставок.

ЭФФЕКТ ЦЕНЫ (price effect) — влияние изменения цены на объём спроса на продукт. В ТЕОРИИ СПРОСА эффект цены может быть подразделен на ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ и ЭФФЕКТ ДОХОДА. На рис. 149 показано, что потребитель имеет исходную БЮДЖЕТНУЮ ЛИНИЮ XU (изображающую различные комбинации благ A и B , которые он может купить при данных относительных ценах на эти блага). I_1 и I_2 — КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ (показывающие альтернативные комбинации двух благ, каждое из которых приносит потребителю одинаковую ПОЛЕЗНОСТЬ, или удовлетворение). Точка L , где I_2 касается бюджетной линии XU , обозначает исходное состояние равновесия для потребителя, который максимизирует своё удовлетворение с помощью потребления блага A в количестве Od и блага B в количестве Oe . Предположим, что цена блага B увеличивается, в результате чего потребитель не имеет возможности покупать такое же количество блага B , как ранее. Эта новая ситуация отражается

¹ Здесь приведен упрощенный вариант уравнения Фишера, дающий хорошее приближение при малых значениях процентной ставки и темпа инфляции. Точная формула: $R = r + F + rF$. В условиях примера точное значение $R = 0.06 + 0.04 + 0.06 \cdot 0.04 = 0.1024$, т. е. 10.24% годовых. (Прим. ред. перев.)

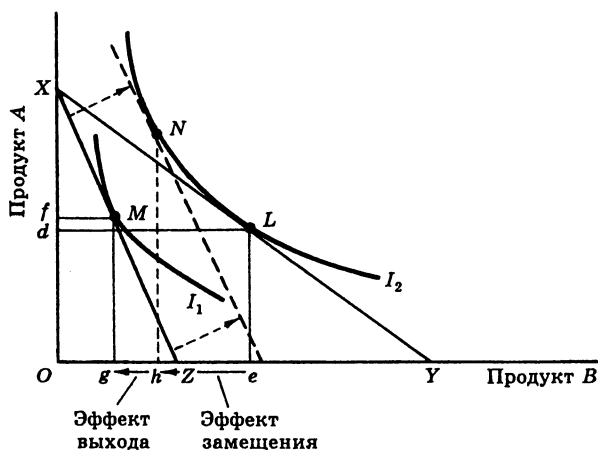


Рис. 149. Эффект цены.

сдвигом бюджетной линии от XY до XZ . Потребитель переместится в новую равновесную позицию (точка M , где I_1 касается бюджетной линии XZ), потребляя благо A в количестве Of и благо B в количестве Og .

Реальный доход потребителя уменьшается с ростом цены блага B . Однако передвижение из точки L в точку M и уменьшение потребляемого количества блага B с Oe до Og является комбинацией эффектов дохода и замещения. Для того чтобы выделить эффект замещения, необходимо увеличить доход потребителя с тем, чтобы компенсировать ему потерю покупательной способности, т. е. сдвигать бюджетную линию вправо параллельно ей самой до тех пор, пока она не станет касательной к исходной кривой безразличия в точке N (комбинация N приносит то же удовлетворение, что и комбинация L).

Но при этом потребитель снизил объем приобретения блага B (цена которого возросла по отношению к цене блага A) и увеличил потребление блага A . Следовательно, перемещение из L в N , т. е. уменьшение объема спроса на благо B с Oe до Oh , и есть эффект замещения.

Эффект дохода определяется тем, что не происходит компенсирующего увеличения дохода, т. е. происходит возвращение на бюджетную линию XZ , которая касается кривой безразличия I_1 в точке M , что означает оптимальную комбинацию количества Of блага A и количества Og блага B . Перемещение из N в M является эффектом дохода и уменьшает объем спроса на благо B с Oh до Og .

Для НОРМАЛЬНОГО ПРОДУКТА эффект дохода и эффект замещения усиливают друг друга, так что увеличение цены приводит к уменьшению объёма спроса на это благо. Однако в случае НИЗШЕГО ПРОДУКТА эффекты дохода и замещения действуют в противоположных направлениях, что затрудняет предсказание влияния изменения цены на объём спроса. В предельных случаях, когда расходы на благо составляют значительную часть бюджета домашнего хозяйства, эффект дохода от изменения цены может быть настолько большим, что превысит эффект замещения, так что снижение цены приведёт к уменьшению объёма спроса. Например, в развивающихся странах, где большая часть бюджета домашних хозяйств расходуется на продукты питания, такие как рис, падение цен на него может привести к падению объёма спроса, так как реальные доходы домашних хозяйств возрастут и они будут иметь возможность покупать больше мяса и рыбы вместо риса.

См. ТОВАР ГИФФЕНА, РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

ЭФФЕКТ J-ОБРАЗНОЙ КРИВОЙ (J-curve effect) — тенденция к увеличению дефицита ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА данной страны вслед за ДЕВАЛЬВАЦИЕЙ 2 её валюты, который затем обращается в избыток. Это происходит потому, что полное приспособление объёма торговли к девальвации предполагает наличие временного лага: немедленное падение экспортных цен и рост цен импорта приводят к тому, что текущий экспорт приносит все меньше иностранной валюты, а текущий импорт поглощает её все больше, увеличивая дефицит платёжного баланса (падение J-образной кривой). Со временем, однако, низкие экспортные цены увеличивают спрос на отечественный экспорт, и доходы от экспорта возрастают. Вместе с тем высокие импортные цены сокращают внутренний спрос на импортируемые товары и услуги, приводя к улучшению состояния платёжного баланса (подъём J-образной кривой).

См. РАВНОВЕСИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА.

ЭФФЕКТИВНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (effective interest rate) — ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА, выплачиваемая в расчёте на цену покупки ОБЛИГАЦИИ. Например, облигация номинальной стоимостью в 100 ф. ст. и НОМИНАЛЬНАЯ КУПОННАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА 5% приносит номинальный доход 5 ф. ст. в год. Однако если облигацию можно купить на открытом рынке за 50 ф. ст., то эффективная процентная ставка возрастает до 10%, что составляет доходность 10% по вложенным 50 ф. ст. Чем ниже покупная цена облигации при данной номинальной ставке процента, тем выше будет её эффективная процентная ставка, и наобо-

рот. Таким образом, существует обратное соотношение между ценой облигации и её эффективной ставкой процента.

Эффективную процентную ставку иногда называют процентной доходностью.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ (efficiency)— отношение между затратами редких ФАКТОРОВ и ВЫПУСКОМ товаров и услуг. Это отношение можно измерять в физическом выражении (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ) или стоимостном выражении (ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ). Концепция эффективности используется в качестве критерия оценки того, насколько хорошо рынки осуществляют размещение ресурсов.

См. ДЕЙСТВЕННОСТЬ РЫНКА, РАЗМЕЩЕНИЕ РЕСУРСОВ.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАТРАТ (cost effectiveness) — достижение максимально возможного производства товара или услуги при *данном* объёме затрат в тех случаях, когда расходы предприятия постоянны и оно стремится максимизировать объём предоставляемых услуг, причём объём этих услуг нельзя измерить в денежном выражении (например, услуги Государственной службы здравоохранения Великобритании). Эффективность затрат часто становится целью. Если же удаётся оценить денежную ценность выпуска, равно как и денежную стоимость затрат, то можно использовать методы АНАЛИЗА «ЗАТРАТЫ — ВЫГОДЫ».

См. ПРОВЕРКА ДЕНЕЖНОЙ СТОИМОСТИ.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ (distributive efficiency) — один из аспектов ДЕЙСТВЕННОСТИ РЫНКА, отражающий ЭФФЕКТИВНОСТЬ рынка в распределении выпуска от производителей к потребителям. Затраты распределения (сбыта — *прим. перев.*) включают в себя расходы на транспортировку, хранение и управление, а также прибыль оптовика. Кроме того, производители несут ТОРГОВЫЕ ЗАТРАТЫ (затраты на РЕКЛАМИРОВАНИЕ и другие способы ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА), создавая и поддерживая спрос на свою продукцию. Наибольшая эффективность распределения достигается тогда, когда издержки обращения минимизируются, а торговые затраты поддерживаются на уровне, необходимом для сохранения общего рыночного спроса.

ЭФФЕКТИВНЫЙ СПРОС — см. СПРОС.

ЭФФЕКТИВНЫЙ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ (effective rate of protection) — реальный уровень ЗАЩИТЫ, предоставляемой отечественным поставщикам готовых изделий в ситуации, когда конкурирующая импортируемая готовая продукция (см. ИМПОРТ) облагается ТАРИФОМ, в то время как на импортируемые ФАКТО-

ры, необходимые для отечественного производства подобной продукции, тариф либо отсутствует, либо используется более низкая процентная ставка. Например, предположим, что одинаковые изделия отечественного производства и импортные стоят 100 ф. ст. Допустим далее, что цена отечественного изделия состоит на 50% из стоимости, добавленной *отечественными производителями*, и на 50% из стоимости *импортируемого сырья*. Если теперь обложить импортное готовое изделие налогом, равным 10%, то его цена увеличится до 110 ф. ст. Однако, если по-прежнему отсутствует тариф на импортируемое сырьё, то его цена останется равной 50 ф. ст. В результате отечественная ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ (и цена) увеличится на 10 ф. ст., при том что отечественная готовая продукция полностью сохранил конкурентоспособность по сравнению с импортной. Таким образом, эффективный уровень защиты, предоставляемой отечественным поставщикам, составляет 20% (т. е. 10 ф. ст. дополнительной стоимости/50 ф. ст. прежней добавленной стоимости).

См. НОМИНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ.

Ю

ЮТИЛ (util) — теоретическая мера ПОЛЕЗНОСТИ, получаемой от ПОТРЕБЛЕНИЯ товара или услуги.

См. КАРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОРДИНАЛИСТСКАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ.

ЯВНЫЕ ЗАТРАТЫ (explicit cost) — осуществляемые фирмой платежи за использование ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА (труда, капитала), которыми она не владеет. В отличие от НЕЯВНЫХ ЗАТРАТ (платежей за использование тех факторов, которыми фирма владеет), явные затраты возникают, когда фирма покупает факторы на РЫНКЕ ФАКТОРОВ.

ЯЩИК ЭДЖУОРТА, или **КОРОБКА ЭДЖУОРТА** (Edgeworth box) — концептуальный метод анализа возможных отношений обмена между двумя индивидами или странами с помощью КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ¹. Он строится следующим образом: рисуют карту кривых безразличия одного индивида (*A*) по двум товарам (*X* и *Y*), переворачивают её на 180 град. и рисуют карту кривых безразличия другого индивида (*B*) по тем же двум товарам (см. рис. 150). Предпочтения индивида *A* представлены тремя кривыми безразличия A_1 , A_2 и A_3 , причём уровень удовлетворения увеличивается по мере их удаления от начала O_A . Предпочтения индивида *B* представлены тремя кривыми безразличия B_1 , B_2 и B_3 с возрастанием уровней удовлетворения по мере их удаления от начала O_B . Предпочтения обоих потребителей в отношении благ *X* и *Y* отражаются наклоном их кривых безразличия, причём наклон кривой в любой точке показывает ПРЕДЕЛЬНУЮ НОРМУ ЗАМЕНЫ *X* на *Y*.

Только в том случае, когда кривые безразличия обоих индивидов касаются друг друга (точки *E*, *F* и *G*), их предельные нормы замены блага *X* на благо *Y* будут равны друг другу. Начиная с любой другой точки (скажем, *Z*) и тот и другой индивид могут выиграть, торгуя друг с другом. В точке *Z* индивид *A* имеет большое количество блага *X* и малое количество блага *Y*. Норма замены для него мала, и он готов отдать боль-

¹ Предложен английским экономистом Ф. И. Эджуортом (1845—1926). — *Прим. ред.*

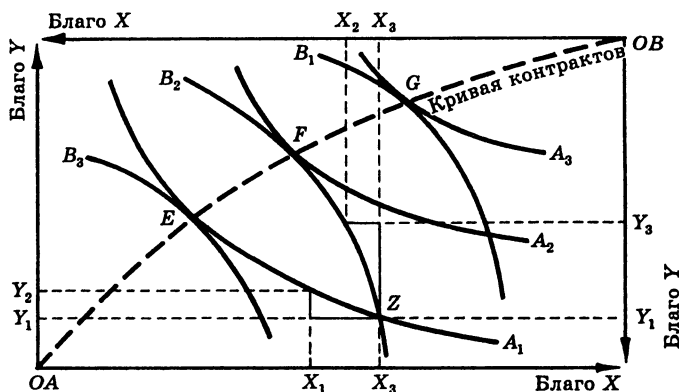


Рис. 150. Ящик Эджуорта.

шее количество блага X (X_1X_3) за меньшее количество блага Y (Y_1Y_2); его кривая безразличия A_1 в точке Z сравнительно полого. С другой стороны, в точке Z индивид B имеет большее количество блага Y и малое количество блага X . Норма замены для него велика, и он готов отдать большее количество блага Y (Y_1Y_3) за меньшее количество блага X (X_2X_3), его кривая безразличия B_2 в точке Z сравнительно крута.

Эти различия двух относительных оценок блага X и блага Y создают предпосылки для взаимовыгодного обмена. Если индивид A предлагает некоторое количество имеющегося в изобилии и малоценного для него блага X в обмен на дополнительные единицы редкого и обладающего высокой ценностью для него блага Y , то он может извлечь выгоду из торговли. Точно так же если индивид B предлагает некоторое количество имеющегося в изобилии и малоценного для него блага Y в обмен на дополнительные единицы редкого и обладающего высокой ценностью для него блага X , то он также может извлечь выгоду из торговли. Они будут обменивать благо X на благо Y (индивид A) и благо Y на благо X (индивид B) до тех пор, пока не достигнут таких точек, как E или F , в которых кривые безразличия имеют одинаковый наклон и поэтому соблюдается равенство предельных норм замены двух благ.

На рис. 150 договорная кривая, или кривая обмена, проходит через все точки типа E , F и G , в которых кривые безразличия касаются друг друга, и если индивиды A и B первоначально имеют такую комбинацию благ X и Y , которая не принадлежит договорной кривой, то они стремятся перераспределить

блага X и Y посредством обмена. Положение точки, в которой они достигнут договорной кривой, будет зависеть от их относительной силы и умения вести переговоры. Если индивид A сильнее, они могут достичь кривой оптимальных сделок в такой точке, как G , значительно удалённой от начала O_A и лежащей на высоко расположенной кривой безразличия индивида A (A_3), а индивид B попадает на кривую безразличия B_1 , расположенную близко к началу O_B , которая соответствует низкому уровню его удовлетворения. С другой стороны, если сильнее индивид B , они могут достичь договорной кривой в такой точке, как E , значительно удалённой от начала O_B и лежащей на кривой безразличия B_3 индивида B , которая соответствует высокому уровню его удовлетворения, а индивид A попадает на кривую безразличия A_1 , расположенную близко от начала O_A , которая соответствует низкому уровню его удовлетворения.

См. также ОПТИМАЛЬНОСТЬ ПО ПАРЕТО, ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

CAVEAT EMPTOR — *лат.* «пусть покупатель будет осмотрителен». Смысл выражения в том, что производитель юридически не обязан информировать покупателя о каких-либо дефектах своих товаров или услуг. Покупателю самому приходится определять для себя, являются ли товары или услуги удовлетворительными или нет. Ср. **CAVEAT VENDOR**.

CAVEAT VENDOR — *лат.* «пусть продавец будет осмотрителен». Смысл выражения в том, что производитель может быть юридически принужден к тому, чтобы проинформировать покупателей о каких-либо дефектах своих товаров или услуг. Ср. **CAVEAT EMPTOR**.

CETERIS PARIBUS — *лат.* «при прочих равных (условиях)» обозначает широко используемый в экономическом анализе принцип описания явлений. Данный принцип позволяет изолировать взаимосвязь между двумя переменными. Например, анализ КРИВОЙ СПРОСА показывает влияние изменения цены продукта на величину спроса на этот продукт при допущении, что все «прочие условия» (доходы, вкусы и т. д.), влияющие на спрос, остаются неизменными.

EX ANTE (лат.) — то, что имеет место перед действием. Подход «*ex ante*», наряду с подходом «*ex post*» (лат., то что имеет место после действия), широко применяется в экономическом анализе для изучения изменений некоего экономического процесса по мере его движения от состояния НЕРАВНОВЕСИЯ к состоянию РАВНОВЕСИЯ. Например, в кейнсианской модели определения национального дохода планируемые инвестиции могут «*ex ante*» превышать планируемые сбережения, и в виду этого экономическая система находится в состоянии неравновесия. Однако избыток инвестиций приводит к вливанию дополнительного дохода в экономику и через эффект МУЛЬТИПЛИКАТОРА увеличивает как национальный доход, так и сбереже-

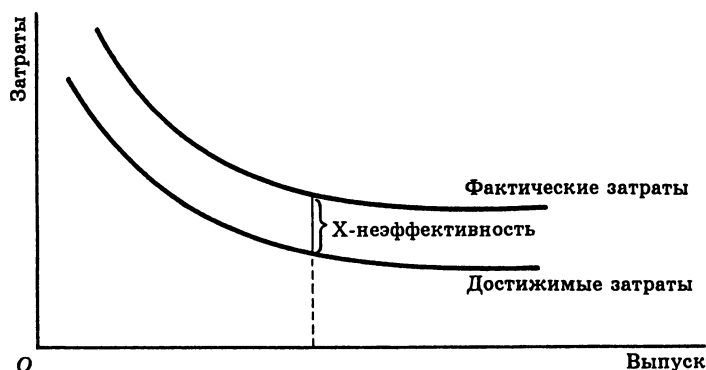


Рис. 151. X-неэффективность.

ния. В результате достигается окончательное равновесие «ex post», при котором фактические инвестиции равны фактическим сбережениям.

EX POST — см. EX ANTE.

НОМО OECONOMICUS — см. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК.

LAISSEZ-FAIRE (франц. «позвольте делать (кто что хочет)») — экономическая теория, подчеркивающая преимущества «свободных» рынков (см. ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА) над государственным регулированием отдельных рынков и экономики в целом. Сторонники этой теории утверждают, что ЭКОНОМИКА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА способна достичь более эффективного размещения и использования ограниченных экономических ресурсов и обеспечить скорейший экономический рост, нежели ЦЕНТРАЛИЗОВАННО ПЛАНИРУЕМАЯ ЭКОНОМИКА, в которой государство является собственником всех ресурсов и управляет их использованием. Этот вывод основывается на том положении, что частная собственность на ресурсы и максимальная свобода распоряжения этими ресурсами в сочетании со стремлением увеличить прибыль создают мощные стимулы к тому, чтобы интенсивно работать и идти на риск. Государственная бюрократия, напротив, как правило, препятствует предпринимательству и инициативе.

См. КЛАССИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, ПРИВАТИЗАЦИЯ.

M0, M1, M2, M3, M4, M5 — см. ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ.

M-ФОРМА — см. МУЛЬТИДИВИЗИОННАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ.

U-ОБРАЗНЫЙ ПОВОРОТ (U-turn) — внезапный поворот государственной ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ, в основном вызываемый либо какими-то непредвиденными событиями (такими, как рост цен на нефть в 1973 и 1979 г. и падение курса британского фунта стерлингов в 1992 г.), либо отменой определённых политических инициатив, которые потерпели неудачу.

U-ФОРМА — УНИТАРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ.

Х-НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ (X-inefficiency) — разрыв между фактическими и минимально достижимыми затратами производства. См. рис. 151. Согласно традиционной ТЕОРИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, все фирмы всегда действуют в соответствии со своими кривыми минимально достижимых затрат. Напротив, концепция Х-неэффективности постулирует, что фирмы, как правило, действуют с более высокими затратами. Это происходит, например, из-за несовершенств в организации труда (ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ТРУДОВОЙ ПРАКТИКИ, включающей ИЗБЫТОК РАБОЧЕЙ СИЛЫ, демаркационные границы), координации производственной деятельности (неэффективное использование ресурсов и управление ими, возникающее из-за бюрократических проволочек), а также из-за недостатка стимулов у рабочих в достижении максимальных объёмов выпуска. Х-неэффективность часто существует в больших организациях, которым недостает эффективной конкуренции, чтобы «держат их в тонусе» (особенно в случае МОНОПОЛИЙ).

См. также ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ «ЖИРОК».

УКАЗАТЕЛЬ АНГЛИЙСКИХ ТЕРМИНОВ

А

- ability-to-pay principle of taxation — принцип налогообложения по платежеспособности
- above-normal profit or excess profit — сверхприбыль
- above-the-line promotion — косвенное продвижение товара
- absenteeism — абсентеизм
- absolute advantage — абсолютное преимущество
- ACAS — см. advisory, conciliation and arbitration service
- accelerator — акселератор
- acceptance — акцептование
- accepting house — акцептный банк
- account period — расчетный период
- accounts — финансовая отчетность
- acquisition — поглощение
- activity rate or participation rate — доля трудоспособного населения
- actual gross national product (GNP) — фактический валовой национальный продукт (ВНП)
- actuary — актуарий
- adaptive-expectations (of inflation) — адаптивные ожидания (инфляции)
- adjustable peg-exchange rate system — система фиксированных корректировок валютных курсов
- adjustment mechanism — механизм приспособления
- adjustment speed — скорость корректировки
- administered price — управляемая цена
- administrator — распорядитель
- ad valorem tax — налог ad valorem
- advances — см. loans
- advertisement — реклама
- advertising — рекламирование
- advertising agency — рекламное агентство

- Advertising standards authority (ASA) — управление рекламных стандартов
- Advisory, conciliation and arbitration service (ACAS) — консультационная, арбитражная и экспертная служба
- after-sales service — послепродажное обслуживание
- agent — агент
- aggregate demand or aggregate expenditure — совокупный спрос, или совокупные расходы
- aggregate demand/aggregate supply approach to national income determination — см. equilibrium level of national income
- aggregate demand schedule — график совокупного спроса
- aggregate expenditure — см. aggregate demand
- aggregate supply — совокупное предложение
- aggregate supply schedule — график совокупного предложения
- aggregated rebate — скидка по совокупному объёму
- agricultural policy — аграрная политика
- aid — см. economic aid
- allocative efficiency — аллокативная эффективность
- amalgamation — слияние
- annual general meeting (AGM) — годовое общее собрание
- annualized percentage rate — приведённая годовая процентная ставка
- annual report and accounts — годовые отчёт и отчётность
- annuity — аннуитет
- anticipated inflation — ожидаемая инфляция
- anticompetitive practice — антиконкурентная практика
- antimonopoly policy — антимонопольная политика
- applied economics — прикладная экономика
- appreciation — 1. ревальвация; 2. повышение цены активов
- apr, annualized percentage rate of interest — приведенная годовая процентная ставка
- a priori — априори
- arbitrage — арбитраж
- arbitration — третейский суд
- arc elasticity — дуговая эластичность
- articles of association — устав акционерного общества
- ASA — см. Advertising Standards Authority
- asset — актив
- asset-growth maximization — максимизация темпов роста активов
- asset-stripper — фирма-«грабитель»
- asset-value theory (of exchange-rate determination) — теория ценности активов
- associated company — ассоциированная компания
- Association of british insurers — см. insurance company

- Association of futures brokers and dealers (AFBD) — см. The Securities association
- assurance — страхование
- auction — аукцион
- audit — аудит
- Austrian school — австрийская школа
- authorized or registered or nominal share capital — уставной акционерный капитал
- automatic (built-in) stabilizers — автоматические (встроенные) стабилизаторы
- automatic vending — автоматизированная продажа
- automation — автоматизация
- autonomous consumption — автономное потребление
- autonomous investment — автономные инвестиции
- average cost (long run) — средние затраты в длительном периоде
- average cost (short run) — средние затраты в коротком периоде
- average-cost pricing — ценообразование на основе средних затрат
- average fixed cost — средние постоянные затраты
- average physical product — средний физический продукт
- average propensity to consume (APC) — средняя склонность к потреблению
- average propensity to import (APM) — средняя склонность к импорту
- average propensity to save (APS) — средняя склонность к сбережению
- average propensity to tax (APT) — средняя склонность к уплате налогов
- average rate of taxation — средняя ставка налога
- average revenue — средняя выручка
- average revenue product — средняя выручка фактора

В

- back door — «черный ход»
- back-to-back loan or parallel loan — взаимный, или параллельный заём
- backward integration — восходящая интеграция
- bad debt — безнадёжный долг
- balanced budget — сбалансированный бюджет
- balanced budget multiplier — мультипликатор сбалансированного бюджета
- balance of payment — платёжный баланс
- balance-of-payment equilibrium — равновесие платёжного баланса
- balance of trade — торговый баланс
- balance sheet — баланс
- balances with the Bank of England — остатки на счетах Банка Англии
- bank — банк

- bank deposit — банковский вклад
bank deposit creation or credit creation or money multiplier — создание банковских депозитов, или создание кредита, или денежный мультипликатор
bank for international settlement (BIS) — Банк международных расчётов
banking system — банковская система
bank loan — банковская ссуда
bank note — банкнота
bank of England — Банк Англии
bank rate — учётная ставка банка
bankruptcy — банкротство
bank statement — банковская выписка
bar chart or histogram — гистограмма
barriers to entry — барьеры входа
barriers to exit — барьеры выхода
barter — бартер
base rate — базисная ставка
base year — базисный год
basing point price system — система цен на основе базисного пункта
batch production — мелкосерийное производство
bear — «медведь»
bear market — рынок «медведей»
bearer bonds — ценные бумаги на предъявителя
beggar-my-neighbour policy — политика разорения соседа
behavioural theory of the firm — поведенческая теория фирмы
benefits-received principle of taxation — принцип налогообложения по получению выгод
Bertrand's duopoly — дуополия Бертрана
bid — 1. предложение о покупке; 2. заявка
bid price — цена покупателя
big bang — «большой шок (толчок)»
bilateral flows — двусторонние потоки
bilateral monopoly — двусторонняя монополия
bilateral oligopoly — двусторонняя олигополия
bilateral trade — двусторонняя торговля
bill — 1. вексель; 2. счет; 3. законопроект, билль
bill-discounting interest rate — вексельная процентная ставка
bill of exchange — переводной вексель
black economy — теневая экономика
black market — чёрный рынок
board of directors — совет директоров
bond — облигация
bonus scheme — премиальная оплата

- bonus shares — премиальные акции
boom — бум
borrower — заёмщик
Boston matrix — бостонская матрица
boycott — бойкот
brand — торговая марка
brand loyalty — приверженность (потребителя) торговой марке
brand proliferation — марочный рост
brand switching — марочное переключение
brand transference — перенесение торговой марки
brand value — ценность торговой марки
break-even — безубыточность
Bretton Woods system — Бреттон-Вудская система
bridging loan — переходный заём
British technology group — Британская технологическая группа
budget firm — бюджет фирмы
budget (government) — государственный бюджет
budget (household) — бюджет домашнего хозяйства
budget deficit — бюджетный дефицит
budget line or consumption possibility line — бюджетная линия, или линия потребительских возможностей
budget surplus — бюджетный излишек (избыток)
buffer stock — резервный (буферный) запас
building society — строительное общество
Building society act, 1986 — Акт о строительных обществах, 1986
built-in stabilizers — встроенные стабилизаторы
bulk buying — оптовая закупка
bull — «бык»
bullion — слиток
bullion market — рынок слитков
bull market — рынок «быков»
Bundesbank — бундесбанк
burden of debt — бремя задолженности
burden of dependency — коэффициент нагрузки
burden of taxation — налоговое бремя
business — бизнес
business cycle or trade cycle — деловой цикл, или экономический цикл
Business expansion scheme — План поощрения предпринимательства
business strategy — деловая стратегия
buyer — покупатель
buyer concentration — концентрация покупателей
buyer's market — рынок покупателей
by-product — побочный продукт

C

- called up capital — призванный капитал
call money or money-at-call and short notice — кредит до востребования
calls in arrears — «призывы в долгах»
cambridge equation — кембриджское уравнение
CAP — см. Common agricultural policy
capacity — производственная мощность
capital — капитал
capital account — 1. счет движения капиталов; 2. счёт основного капитала
capital accumulation or capital formation — накопление капитала, капиталообразование
capital allowances — инвестиционная (капитальная) налоговая скидка
capital appreciation — повышение цены капитала
capital budgeting — управление капиталовложениями
capital consumption — потребление капитала
capital deepening — углубление капитала
capital gain — капитальный выигрыш
capital gains tax — налог на капитальный выигрыш
capital gearing or leverage — леведж
capital goods — капитальные блага
capital inflow — приток капитала
capital-intensive firm/industry — капиталоемкая фирма/отрасль
capitalism — капитализм
capitalization issue or scrip issue — бонусная эмиссия
capital-labour ratio — фондоемкость
capital loss — капитальные потери
capital market — рынок капитала
capital movements — движение капитала
capital outflow — отток капитала
capital-output ratio — капиталоемкость
capital stock — запас капитала
capital widening — расширение капитала
cardinal utility — кардиналистская (количественная) полезность
cartel — картель
cash and carry — «заплатил и неси»
cash drain — утечка наличности
cash flow — денежный поток
cash limits — лимиты наличности
cash ratio — см. cash reserve ratio
cash reserve ratio — коэффициент наличных средств
census — перепись

- central bank — центральный банк
centralization — централизация
central planned economy or command economy or collectivism — централизованно планируемая экономика, или командная экономика
Central statistical office — Центральное статистическое управление
certificate — сертификат
certificate of deposit — депозитный сертификат
certificate of incorporation — разрешение на создание корпорации
certificate of origin — свидетельство о происхождении
chain store — сеть магазинов
Chamberlin, Edward — Чемберлин, Эдвард
Chamber of commerce — торговая палата
cheap money — политика дешёвых денег
cheque — чек
cheque card — чековая карточка
Chicago school — Чикагская школа
chinese wall — китайская стена
choice — выбор
cost-insurance-freight (CIF) — затраты «страхование—фрахт»
circular flow of national income model — модель кругооборота национального дохода
City code — кодекс Сити
City (of London) — лондонский Сити
classical economics — классическая экономическая теория
clearing bank — клиринговый банк
clearing house system — система клиринговых палат
closed economy — закрытая экономика
closed shop — «закрытый цех»
club principle — «принцип клуба»
Cobb—Douglas production function — производственная функция Кобба—Дугласа
cobweb theorem — паутинообразная модель
coin — монета
collateral security — залог
collective bargaining — переговоры о коллективном договоре
collective products — коллективные блага
collectivism — коллективизм
collusion — сговор
COMECON — см. Council for mutual economic assistance
command economy — командная экономика
commercial bank or clearing bank — коммерческий банк
commission — 1. комиссионные; 2. комиссия
commodity — 1. благо; 2. сырьё

- commodity broker — сырьевой брокер
commodity market — товарный рынок
common agricultural policy (CAP) — единая аграрная политика (ЕАП)
common external tariff — единый внешний тариф
common law — общее право
common market — общий рынок
communism — коммунизм
community charge — см. local tax
company formation — образование компании
company laws — законодательство о компаниях
company registrar — регистратор компании
comparability — сопоставимость
comparative advantage — сравнительное преимущество
comparative cost principle — принцип сравнительных затрат
comparative static equilibrium analysis — анализ равновесия в сравнительной статике
competition — конкуренция
Competition act, 1980 — Закон о конкуренции, 1980
competition laws — законодательство о конкуренции
competition methods — методы конкуренции
competition policy — политика в отношении конкуренции
competition policy (European community) — политика Европейского сообщества в отношении конкуренции
competition policy — политика в отношении конкуренции (Великобритания)
competitive advantage — конкурентное преимущество
competitive strategy — конкурентная стратегия
competitive tender — конкурентные торги
complementary products — взаимодополняемые блага
complex monopoly — составная монополия
compound interest — сложный процент
computer — компьютер
concealed unemployment — скрытая безработица
concentration measures — показатели концентрации
concentration ratio — коэффициент концентрации
concerted practice — согласованные действия
concert party — группа сговора
conciliation — примирение
condition of entry — условия входа
Confederation of british industry (CBI) — Конфедерация английской промышленности (КАП)
consolidated fund — консолидированный фонд
consols — консоли

- consortium — консорциум
conspicuous consumption — демонстративное потребление
constant returns — постоянная отдача
consumer — потребитель
consumer credit — потребительский кредит
Consumer credit act, 1974 — Закон о потребительском кредите, 1974
consumer durables — потребительские товары длительного пользования
consumer equilibrium — равновесие потребителя
consumer goods — потребительские товары
consumerism — консьюмеризм
consumer nondurables — потребительские товары кратковременного пользования
consumer protection — защита потребителя
consumer rationality or economic rationality — рациональность потребителя, или экономическая рациональность
consumer sovereignty — суверенитет потребителя
consumer's surplus — излишек потребителя
consumption — потребление
consumption expenditure — расходы на потребление
consumption function — функция потребления
consumption possibility line — линия потребительских возможностей
consumption schedule — график потребления
contestable market — рынок потенциальной конкуренции
contract — контракт
contribution — валовая прибыль
convertibility — конвертируемость
convertible loans — конвертируемые ссуды
conveyance — документ о передаче прав собственности
cooperative — кооператив
copyright — авторское право
Copyright, designs and patents act, 1988 — Акт об авторском праве, дизайне и патентах, 1988
corner — скупка
corporate governance — руководство корпорацией
corporate sector — корпоративный сектор
corporation — корпорация
corporation tax — налог на корпорации
correlation — корреляция
correlation coefficient — коэффициент корреляции
cost — затраты (издержки)
cost-based pricing — ценообразование на основе затрат (затратное ценообразование)
cost-benefit analysis — анализ «затраты—выгоды»

- cost centre — центр затрат
cost effectiveness — эффективность затрат
cost function — функция затрат
cost minimization — минимизация затрат
cost of capital — стоимость капитала
cost of goods sold or cost of sales — себестоимость реализованной продукции
cost of living — стоимость жизни
cost-plus pricing — ценообразование «затраты плюс»
cost price — затратная цена
cost-push inflation — затратная инфляция
Council for Mutual Economic Assistance (COMECON) — Совет Экономической Взаимопомощи (СЭВ)
council tax — муниципальный налог
countertrade — встречный товарообмен
countervailing duty — уравнивательная пошлина
countervailing power — уравнивающая сила
coupon — купон
coupon interest rate — купонная процентная ставка
Cournot, Augustin — Курно, Огюстен
Cournot duopoly — дуополия Курно
covenant — особое условие
covered interest arbitrage — процентный арбитраж
covering — покрытие
crawling-peg exchange rate system — система ползущих курсов
credit — кредит
credit card — кредитная карточка
credit controls — кредитный контроль
credit creation — создание кредитов
creditor — кредитор
credit squeeze — кредитное сжатие
creeping inflation — ползучая инфляция
cross-elasticity of demand — перекрёстная эластичность спроса
cross-subsidization — перекрестное субсидирование
crowding-out effect — эффект вытеснения
CSO — см. Central statistical office
cum-divident — «включая дивиденд»
currency — наличные деньги
currency appreciation — ревальвация
currency depreciation — девальвация
currency swap — см. swap
current account — 1. текущий платежный баланс; 2. текущий счёт
current assets — текущие активы

current liabilities — текущие пассивы
Customs and excise — Управление акцизов и сборов
customs duty — таможенная пошлина
customs union — таможенный союз
cyclical fluctuation — циклические колебания
cyclically-adjusted public sector borrowing requirement — см. public-sector borrowing requirement
cyclical unemployment — циклическая безработица
cyclical variation — см. time-series analysis

D

dawn raid — «утренний рейд»
DE — см. Department of employment
deadweight loss — чистые потери
death rate — смертность
debentures — закладная ссуда
debt — долг
debt capital — заёмный капитал
debt financing — финансирование за счёт заёмного капитала
debtor — должник, дебитор
debt servicing — обслуживание задолженности (долга)
decentralization — децентрализация
deficiency payment — см. income support
deflation — дефляция
deflationary gap or output gap — дефляционный разрыв
deindustrialization — деиндустриализация
delivered pricing — ценообразование по доставке (с учетом доставки)
delivery note — накладная
demand (effective demand) — спрос, или эффективный спрос
demand curve — кривая спроса
demand curve (shift in) — сдвиг кривой спроса
demand deposit — см. bank deposit, commercial bank
demand elasticity — эластичность спроса
demand function — функция спроса
demand management or stabilization policy — управление спросом, или стабилизационная политика
demand-pull inflation — инфляция спроса
demand theory — теория спроса
de-merger — разделение
demographic transition — демографический сдвиг
demography — демография

- Department of employment (DE) — Департамент по вопросам занятости
Department of health — департамент по делам здравоохранения
Department of social security (DSS) — Департамент социального обеспечения
Department of the environment (DOE) — Департамент окружающей среды
Department of trade and industry (DTI) — Департамент торговли и промышленности
department store — универсам
dependent variable — зависимая переменная
deposit account or time account or savings account — депозитный счет, или срочный счет, или сберегательный счет
depreciation — 1. девальвация; 2. амортизация
depressed area — отсталый район
depression — депрессия
deregulation — дерегулирование
derived demand — производный спрос
deseasonalized data — см. Time series analysis
design rights — дизайнерские права
devaluation — девальвация
developed country — развитая страна
developing country or less developed country or underdeveloped country or third world country — развивающаяся страна
development area — район развития
development economics — теория экономического развития
differentiated product — дифференцированный продукт
diminishing marginal utility — убывающая предельная полезность
diminishing returns — убывающая отдача
direct cost — прямые затраты
direct debit — см. commercial bank
direct investment — прямые инвестиции
directive (bank) — директива (по отношению к банкам)
direct labour — прямой наём
direct materials — основные материалы
direct tax — прямой налог
dirty float — «грязное плавание»
discount — 1. дисконт 1; 2. скидка; 3. обесценение 1 ; 4. обесценение 2; 5. дисконт 2; 6. обесценение 3
discounted cash flow — дисконтированный денежный поток
discount house — учётный дом
discount market — учётный рынок
discount rate — учётная ставка
discount store — магазин уценённых товаров

- discretionary competition policy — избирательная политика в отношении конкуренции
- discriminating monopolist — дискриминирующий монополист
- discriminatory tariff — дискриминационный тариф
- diseconomies of scale — потери от масштаба
- disequilibrium — неравновесие
- disguised (concealed) unemployment — скрытая безработица
- disinflation — дезинфляция
- disintermediation — дезинтермедиация
- disinvestment — деинвестиции
- disposable income — располагаемый доход
- dissaving — расходование сбережений
- distribution — сбыт
- distribution channel — канал сбыта
- distribution costs — издержки обращения
- distribution of income — распределение дохода
- distributive efficiency — эффективность распределения
- disutility — тягость
- diversification or conglomerate integration — диверсификация, или образование конгломерата
- divestment — отторжение
- dividend — дивиденд
- dividend cover ratio or times covered ratio — коэффициент покрытия дивиденда
- dividend yield — дивидендный доход
- divorce of ownership from control — отделение собственности от управления
- DOE — см. Department of the environment
- do-it-yourself store — магазин «сделай сам»
- dollar — доллар
- Domar economic growth model — модель экономического роста Домара
- domestic credit expansion (DCE) — внутренняя кредитная экспансия
- dominant firm — доминирующая фирма
- double taxation — двойное налогообложение
- Dow-Jones index — индекс Доу-Джонса
- drawning right — право заимствования
- DSS — см. Department of social security
- DTI — см. Department of trade and industry
- dual economy — двойственная экономика
- dumping — демпинг
- duopoly — дуополия
- duopsony — дуопсония
- durable good — товар длительного пользования
- dynamic analysis — динамический анализ

Е

- earned income — заработанный доход
earnings — заработок
earnings drift — дрейф доходов
earnings per share — потенциальный доход на акцию
earnings yield — потенциальная доходность акции
econometrics — эконометрия
economic aid — экономическая помощь
economically active population — экономически активное население
economic development — экономическое развитие
economic efficiency — экономическая эффективность
economic growth — экономический рост
economic man — экономический человек
economic model — экономическая модель
economic policy — экономическая политика
economic rent — экономическая рента
economics — экономика
economic sanctions — экономические санкции
economic statistics — экономическая статистика
economic system — экономическая система
economic theory — экономическая теория
economic union — экономический союз
economies of scale — экономия от масштаба
economies of scope — экономия от разнообразия
economize — экономить
economy — экономика
ecu (european currency unit) — европейская расчётная единица (эку)
Edgeworth box — ящик Эджуорта
EEC — European Economic Community
effective demand — эффективный спрос
effective interest rate — эффективная процентная ставка
effective rate of protection — эффективный уровень защиты
efficiency — эффективность
efficient-markets hypothesis — гипотеза эффективных рынков
EFTA — см. European free trade association
elastic — эластичный
elasticity of demand or demand elasticity — эластичность спроса
elasticity of supply — эластичность предложения
elasticity of technical substitution — эластичность технического замещения
electronic point of sale (EPOS) — электронная система продаж
embargo — эмбарго

- empirical testing — эмпирическая проверка
employee — наёмный работник
employee share ownership plan (ESOP) — система участия работников в собственности
employer — работодатель
employment — занятость
employment contract — трудовой договор
employment exchange, or job centre — биржа труда, или центр занятости
employment laws — трудовое законодательство
endogenous money, inside money — эндогенные деньги, или внутренние деньги
endogenous variable — эндогенная переменная
Engel's law — закон Энгеля
enterprise zone — зона предпринимательства
entrepot trade — транзитная торговля
entrepreneur — предприниматель
environmental audit — экологический аудит
environmental impact assessment — оценка воздействия на окружающую среду
EPOS (electronic point of sale) — электронная система продаж
equal pay — равная оплата
equation — уравнение
equilibrium — равновесие
equilibrium level of national income — равновесный уровень национального дохода
equilibrium market price — равновесная рыночная цена
equilibrium market price (changes in) — изменения равновесной рыночной цены
equilibrium market quantity — равновесный рыночный объём
equity capital — акционерный капитал
eurocurrency market, eurobond market — евровалютный рынок, или рынок еврооблигаций
European atomic energy community (EURATOM) — европейское агентство по атомной энергии (ЕВРАТОМ)
European coal and steel community (ECSC) — Европейское объединение угля и стали
European commission — Европейская комиссия
European community (EC) or (formerly) European economic community (ЕЕС) — Европейское сообщество
European currency unit (ECU) — Европейская расчетная единица (эку)
European economic area (ЕЕА) — Европейская экономическая зона
European economic community — Европейское экономическое сообщество
European free trade association (ЕFTA) — Европейская ассоциация свободной торговли

- European investment bank — Европейский инвестиционный банк
European monetary cooperation fund — Европейский фонд валютного сотрудничества
European monetary system (EMS) — Европейская валютная система (ЕВС)
European regional development fund — Европейский фонд регионального развития
excess capacity — избыточная мощность
excess demand or shortages — избыточный спрос, или дефицит
excess profit — сверхприбыль
excess supply — избыточное предложение
exchange — обмен
exchange controls — регулирование валютных операций
exchange equalization account — счёт стабилизации валюты
exchange rate — валютный курс
exchange rate exposure — валютные риски
exchequer — казначейство
excise duty — акциз
exclusive dealing — исключительное дилерство
ex-dividend — «без дивиденда»
exogenous money — экзогенные деньги
exogenous variable — экзогенная переменная
expectations — ожидания
expectations-adjusted/augmented Phillips curve — учитывающая ожидания/приростная кривая Филлипса
expenditure — расходы
expenditure approach to GDP — ВВП с точки зрения расходов
expenditure tax — налог на расходы
experience curve or learning curve — кривая опыта, или кривая обучения
explicit cost — явные затраты
exponential smoothing — экспоненциальное сглаживание
export — экспорт
Export credit guarantee department (ECGD) — Отдел экспортных кредитных гарантий
export incentives — стимулы к экспорту
export-led growth — экспортообусловленный экономический рост
export multiplier — экспортный мультипликатор
export restraint agreement — соглашение по ограничению экспорта
export subsidy — экспортные субсидии
external balance — внешнеторговый баланс
external diseconomies of scale — внешние потери от масштаба
external economies of scale — внешняя экономия от масштаба
external growth — внешний рост

externalities — внешние эффекты

extrapolate — экстраполировать

F

factor — фактор

factor cost — затраты факторов

factor endowment — обеспеченность ресурсами

factoring — факторинг

factor inputs — см. factors of production

factor market — рынок факторов

factors of production — факторы производства

Fair trading act, 1973 — Закон о справедливой торговле, 1973

fallacy of composition — ложное обобщение

family expenditure survey — обследование семейных бюджетов

Federal reserve bank — Федеральный резервный банк

fees — гонорар

fright forwarder or forwarding agent — экспедиторская фирма

fiduciary issue or fiat currency — фидуциарная эмиссия

FIMBRA — см. Financial intermediaries, managers and brokers regulatory association

final income — конечный доход

final products — конечные продукты

finance house — финансовая палата

financial accounting — финансовый учёт

financial innovation — финансовая инновация

financial institution — финансовый институт

Financial intermediaries, managers and brokers regulatory association (FIMBRA) — Ассоциация регулирования деятельности финансовых посредников, менеджеров и брокеров

financial intermediary — финансовый посредник

financial sector — финансовый сектор

financial security — ценная бумага

financial services act, 1986 — Закон о финансовых услугах, 1986

financial system — финансовая система

fine-tuning — «точная настройка»

firm or company or supplier — фирма, или компания, или поставщик

firm location — расположение фирмы

firm objectives — цели фирмы

fiscal drag — фискальный тормоз

fiscal policy — фискальная политика

- fiscal stance — фискальная позиция
fiscal year — финансовый год
fisher effect — эффект Фишера
Fisher equation — уравнение Фишера
fixed assets — основной капитал
fixed costs — постоянные затраты
fixed exchange-rate system — система фиксированного валютного курса
fixed factor input — постоянный фактор (ресурс)
fixed-interest financial securities — ценные бумаги с фиксированной процентной ставкой
fixed investment — инвестиции в основной капитал
fixed targets — фиксированные целевые показатели
flexible manufacturing system (FMS) — гибкая производственная система (ГПС)
floating exchange-rate system — система плавающих валютных курсов
flow — поток
F.o.b. — Фоб
Food and agricultural organization — Организация по продовольствию и сельскому хозяйству
forced saving or involuntary saving — вынужденные сбережения
forecasting — прогнозирование
foreclosure — лишение права пользования
foreign currency or foreign exchange — иностранная валюта
foreign exchange controls — валютный контроль
foreign exchange equalization account — счёт стабилизации валютного курса
foreign exchange market — валютный рынок
foreign investment — заграничные инвестиции
foreign sector — иностранный сектор
foreign trade multiplier — мультипликатор внешней торговли
forex — инвалюта
forfeiting — форфейтинг
forward exchange market — форвардный рынок
forward integration — нисходящая интеграция
fractional banking — частичное банковское резервирование
franchise — франшиза
freedom of entry — свобода входа
free goods — свободные блага
freehold property — полная собственность
free market economy — свободная рыночная экономика
free port — свободный порт
free rider — «заяц»
free-trade — свободная торговля

- free-trade area — зона свободной торговли
free-trade zone or freeport — зона свободной торговли, или свободный порт
freight or cargo — фрахт, или груз
freight forwarder or forwarding agent — экспедиторская фирма
frictional unemployment or transitional unemployment — фрикционная безработица, или переходная безработица
Friedman, Milton — Фридмен, Милтон
friendly society — общество взаимного кредита
fringe benefits — дополнительные льготы
front door — парадный вход
full-cost pricing — ценообразование на основе полных затрат
full employment — полная занятость
full line forcing — требование полного ассортимента
functional distribution of income — функциональное распределение дохода
fundamental disequilibrium — фундаментальное неравновесие
funding — консолидация долга
futures market or forward exchange market — фьючерсный рынок, или форвардный рынок

G

- gains from trade — выгоды торговли
Galbraith, John Kenneth — Гэлбрейт, Джон Кеннет
game theory — теория игр
General agreement on tariffs and trade (GATT) — Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ)
GDP — см. валовой внутренний продукт (ВВП)
gearing — см. левередж
Giffen good — товар Гиффена
gilt-edged security or government bond — золотообрезная ценная бумага, или государственная облигация
Gini coefficient — коэффициент Джини
GNP — см. валовой национальный продукт (ВНП)
GNP deflator — см. дефлятор ВНП
gold — золото
golden handshake — «золотое рукопожатие»
golden hello — «золотое приветствие»
gold-exchange standard — золотовалютный стандарт
gold standard — золотой стандарт
Goodhart's law — закон Гудхарта
goods or commodities — блага, или товары

goodwill — гудвилл
government — правительство
government broker — государственный брокер
government debt — государственный долг
government (public) expenditures — государственные расходы
government sector — государственный сектор
graph — график
«Green» consumers — «зелёные» потребители
greenfield investment — новообразующие инвестиции
green product — «зелёный продукт»
Gresham's law — закон Грешэма
grey market — серый рынок
gross domestic-fixed-capital formation — валовые внутренние инвестиции (основной капитал)
gross domestic product (GDP) — валовой внутренний продукт (ВВП)
gross national product (GNP) — валовой национальный продукт (ВНП)
Group of 7 (G7) — Большая семёрка

Н

hard currency — твёрдая валюта
Harrod economic-growth model — модель экономического роста Харрода
Heckscher-Ohlin factor proportions theory — теория соотношения факторов производства Хекшера—Олина
hedging — хеджирование
Herfindahl index — индекс Херфиндаля
hidden price reduction — скрытое снижение цен
hidden price rise — скрытый рост цен
hidden reserve — скрытые резервы
hidden tax — невидимый налог
hidden unemployment — скрытая безработица
hierarchy — иерархия
high-powered money — см. monetary base
hire — наём
histogram — гистограмма
historic cost — историческая (первоначальная) стоимость
hoarding — тесаврация
holding company — холдинговая компания
homogeneous products — однородные продукты
horisontal integration — горизонтальная интеграция
hot money — «горячие деньги»

household — домашнее хозяйство
human capital — человеческий капитал
hyperinflation — гиперинфляция
hypermarket — супермаркет
hypothesis — гипотеза
hypothesis testing — проверка гипотезы

I

identity — тождество
illegal activities — незаконная деятельность
IMF — Международный валютный фонд (МВФ)
immiserizing growth — ущербный рост
imperfect market — несовершенный рынок
implicit cost or imputed cost — неявные затраты, или вменённые затраты
import — импорт
import deposit — импортный депозит
import duty — импортная таможенная пошлина
import penetration — проникновение импорта
import restrictions or trade barriers — ограничения импорта, или торговые барьеры
import schedule — график импорта
import substitution — замещение импорта
import surcharge — дополнительный импортный сбор
imputed cost — вменённые затраты
IMPRO — см. Investment management regulatory organization
incentive pay scheme — стимулирующая форма оплаты труда
incidence of taxation — распределение налогового бремени
income — доход
income-consumption curve — кривая доход—потребление
income determination, theory of — теория определения национального дохода (см. равновесный уровень национального дохода)
income distribution — распределение доходов
income effect — эффект дохода
income-elasticity of demand — эластичность спроса по доходу
income per head or per capita income — доход на душу населения
income redistribution — перераспределение доходов
income support — поддержка доходов
income tax — подоходный налог
income-tax schedules — таблицы «доход—налог»
income velocity of circulation — см. quantity theory of money

- independent variable — независимая переменная
indexation — индексация
index-linked — индексированная переменная
index number — индекс
indicative planning — индикативное планирование
indifference curve — кривая безразличия
indifference map — карта безразличия
indirect cost — косвенные затраты
indirect investment — косвенные инвестиции
indirect labour — вспомогательные работники
indirect materials — вспомогательные материалы
indirect tax — косвенный налог
indivisibilities — неделимые единицы
induced consumption — индуцированное потребление
induced investment — индуцированные инвестиции
industrial classification — отраслевая классификация
industrial democracy — производственная демократия
industrial development certificate — сертификат промышленного развития
industrial dispute — производственный конфликт
industrial economics or industrial organization — теория отраслевой организации
industrial estate — промышленная зона
industrialization — индустриализация
industrial location — размещение производства
industrial organization — отраслевая организация
industrial policy — промышленная политика
industrial property rights — промышленные права собственности
industrial relations — трудовые отношения
Industrial reorganization corporation — Корпорация по реорганизации промышленности
industrial sector — промышленный сектор
industry — отрасль
inelastic — неэластичный
infant industry — молодая отрасль
inferior product — неполноценный товар
inflation — инфляция
inflation accounting — бухгалтерский учёт в условиях инфляции
inflation-adjusted PSBR — потребности государственного сектора в займах
inflationary gap — инфляционный разрыв
inflationary spiral or price wage spiral — инфляционная спираль, или спираль «зарплата—цены»

- information agreement — соглашение об обмене информацией
infrastructure or social overhead capital — инфраструктура
injections — вливания, или инъекции
Inland revenue — Налоговая служба Великобритании, или Департамент внутренних доходов
innovation — инновации
inputs — ресурсы
input-output analysis or interindustry analysis — модель «затраты—выпуск», или модель межотраслевого баланса
insider trading — операции инсайдера
insolvency or bankruptcy — несостоятельность, или банкротство
Insolvency act, 1986 — Закон о несостоятельности, 1986
instalment credit — кредит в рассрочку
institutional investors — институциональные инвесторы
Institutional investors committee — Комитет институциональных инвесторов
insurance — страхование
insurance broker/agent — страховой брокер/агент
insurance company — страховая компания
intangible assets — нематериальные активы
intangibles — неосязаемые активы
integration — интеграция
intellectual property right — право интеллектуальной собственности
interbank clearing interest rate — межбанковская клиринговая процентная ставка
interest — процент
interest cover — процентное покрытие
interest rate — процентная ставка
interest yield — доходность облигации
interfirm conduct — межфирменное взаимодействие
intermediate area — переходная зона
intermediate product — промежуточные продукты
intermediation — посредничество
internal balance — внутренний баланс
internal economies of scale — внутренняя экономия от масштаба
internal-external balance model — модель внутреннего—внешнего равновесия
internal financing — внутреннее финансирование
internalization — интернализация
International bank of reconstruction and development — Международный банк реконструкции и развития
international commodity agreement — международное торговое соглашение

- international competitiveness — международная конкурентоспособность
international debt — международный долг
International development association — Международная ассоциация развития
International finance corporation — Международная финансовая корпорация
international Fisher effect — международный эффект Фишера
International labour organization — Международная организация труда
international liquidity or international money — международная ликвидность, или международные деньги
International Monetary Fund (IMF) — Международный Валютный Фонд (МВФ)
international monetary system — международная валютная система
international money — международные деньги
international reserves or exchange reserves — международные валютные резервы
International securities regulatory organization — Международная организация по регулированию сделок с ценными бумагами
International standards organization — Международная организация стандартизации
international trade — международная торговля
intertemporal substitution — межвременное замещение
intra-industry specialization — внутриотраслевая специализация
intra-industry trade — внутриотраслевая торговля
introduction — введение
invention — изобретение
inventory — запасы
inventory investment — инвестиции в запасы
investment — инвестиции
investment bank — инвестиционный банк
investment centre — инвестиционный центр
investment incentives — стимулы к инвестициям
Investment management regulatory organization (IMRO) — Организация регулирования инвестиционной деятельности (Великобритания)
investment schedule — график инвестиций
investment trust company — инвестиционная компания
invisible balance — невидимый баланс
invisible export and import — невидимый экспорт и импорт
invisible hand — невидимая рука
invoice — счёт-фактура
involuntary saving — вынужденные сбережения
involuntary unemployment — вынужденная безработица
irredeemable financial securities or undated security — бессрочные ценные бумаги

IS (investment-saving) schedule — график инвестиции—сбережения
IS/LM model — модель IS/LM
isocost line — изокоста
isoquant curve — изокванта
isoquant map — карта изоквант
issued share capital — выпущенный акционерный капитал
issuing house — эмиссионный дом

J

J-curve effect — эффект J-образной кривой
Jevons, William Stanley — Джевонс, Уильям Стенли
job — работа
jobber — джоббер
job enlargement — см. job
job enrichment — см. job
job rotation — см. job
joint costs — комплексные затраты
joint demand — см. complementary products
joint-stock company — акционерная компания
joint supply — совмещённое предложение
joint venture — совместное предприятие
junk bond or mezzanine debt — «бросовая» облигация
just-in-time system — система «точно в срок»

K

Keynes, John Maynard — Кейнс, Джон Мейнард
keynesian economics — кейнсианская экономическая теория
kinked demand curve — ломаная кривая спроса
know-how — ноу-хау
Kondratief cycle or long-wave cycle — цикл Кондратьева, или цикл длинных волн

L

labour — труд
labour force or working population — рабочая сила, или занятое население
labour-intensive firm/industry — трудоемкая фирма/отрасль
labour market — рынок труда

- labour theory of value — трудовая теория ценности
labour turnover — текучесть кадров
Laffer curve — кривая Лаффера
LAFTA — см. Latin American free trade association
lagged relationship — связь с запаздыванием
lagging indicator — запаздывающий индикатор
lateral integration — см. horizontal integration
Latin American free trade association (LAFTA) — Латиноамериканская ассоциация свободной торговли
LAUTRO — см. Life assurance and unit trust regulatory organization
law of diminishing marginal returns — см. diminishing returns
leading indicator — опережающий индикатор
leads and lags — опережения и запаздывания
leakages — см. withdrawals
learning curve — кривая обучения, см. experience curve
lease — договор об аренде
leaseback — обратный лизинг
leasehold property — арендуемая собственность
leasing — лизинг
least-cost supply — предложение при наименьших издержках
least-squares estimation — см. regression analysis
legal tender — законное платёжное средство
leakages — утечки
lender — кредитор 2
lender of last resort — кредитор последней инстанции
less developed country (LDS) — см. developing country
level of significance — см. hypothesis testing
leverage — см. capital gearing
leveraged bid — см. take-over bid
Lewis, sir W. Arthur — Льюис, сэр У. Артур
liability — обязательство
LIBOR (London interbank offered rate) — лондонская межбанковская процентная ставка
licence — лицензия
licensed deposit taker — лицензированный депозитарий
Life assurance and unit trust regulatory organization (LAUTRO) — Организация по регулированию страхования жизни и трастов (ЛАУТРО)
life-cycle hypothesis — гипотеза жизненного цикла
LIFFE (London international financial futures exchange) — Лондонская международная биржа финансовых фьючерсов, см. London derivatives exchange
limited liability (PLC) — ограниченная ответственность
limit pricing or entry-forestalling price — лимитное ценообразование, или упреждающая цена

- linear programming — линейное программирование
liquid asset — ликвидный актив
liquidation — ликвидация
liquidity — ликвидность
liquidity preference — предпочтение ликвидности
liquidity ratio — коэффициент ликвидности
liquidity trap — ловушка ликвидности
listed company — листинговая компания
list price — преysкурантная цена
L.M. (liquidity — money) shedule — график LM (ликвидность — деньги)
loan — ccyда
loan capital or debt capital — заёмный капитал
lobbying — лоббирование
local content rule or rule of origin — правило происхождения
local tax — местный налог
location of industry — размещение промышленности
lockout — локаут
locomotive principle — принцип локомотива
Lomé agreements — Ломейские соглашения
London derivatives exchange — Лондонская биржа производных ценных бумаг
London international financial futures exchange — см. London derivatives exchange (Лондонская международная финансовая фьючерсная биржа)
London traded option market — Лондонский рынок опционов, см. London derivatives exchange
long position — длинная позиция
long run — длительный период
long-term capital employed or net worth — долгосрочный используемый капитал, или чистая ценность
Lorenz curve — кривая Лоренца
loss — убыток
loss-leading — убыточное лидирование
loss minimization — минимизация убытков
ITD — см. Limited liability
lump of labour — избыток труда
lump-sum taxes — аккордные налоги
luxury product — предмет роскоши

М

- M0, M1, M2, M3, M4, M5 — см. money-supply definitions
Maastricht treaty, 1991 — Маастрихтский договор, 1991

- macroeconomic policy — макроэкономическая политика
macroeconomics — макроэкономика
mail order — заказ по почте
Malthus, Thomas — Мальтус, Томас
managed exchange rate — см. floating exchange-rate system, fixed exchange-rate system
management accounting — управленческий учёт
management buy-in — управленческая скупка
management buy-out — управленческий выкуп
management-utility maximization — максимизация полезности управляющего
managerial theories of the firm — управленческие теории фирмы
manpower planning — планирование рабочей силы
marginal analysis — предельный анализ
marginal cost — предельные затраты
marginal cost/average cost relationship — связь предельных и средних затрат
marginal-cost pricing — ценообразование на основе предельных затрат
marginal efficiency of capital/investment — предельная эффективность капитала/инвестиций
marginal factor cost (MFC) — предельные затраты фактора
marginal physical product — предельный физический продукт
marginal productivity theory of distribution — теория распределения на основе предельной производительности
marginal propensity to consume (MPC) — предельная склонность к потреблению
marginal propensity to import (MPI) — предельная склонность к импорту
marginal propensity to save (MPS) — предельная склонность к сбережению
marginal propensity to tax (MPT) — предельная склонность к налогообложению
marginal rate of substitution — предельная норма замены
marginal rate of taxation — предельная ставка налогообложения
marginal rate of technical substitution — предельная норма технического замещения
marginal rate of transformation — предельная норма трансформации
marginal revenue — предельная выручка
marginal revenue product — предельный факторный доход
marginal tax rate — уровень предельного налога
marginal utility — предельная полезность
marginal utility of money — предельная полезность денег
margin of error — граница погрешности
market — рынок

- market concentration — рыночная концентрация
market conduct — рыночное поведение
market entry — вход на рынок
market exit or exit — выход с рынка
market failure — провал рынка
marketing — маркетинг
market maker — создатель рынка
marketing mix — маркетинговая смесь
marketing research — маркетинговое исследование
market mechanism — рыночный механизм
market performance — действенность рынка
market power — рыночная сила
market price — рыночная цена
market segmentation — сегментация рынка
market share — рыночная доля
market structure — структура рынка
market structure-conduct-performance schema — парадигма «структура
рынка—поведение—результативность»
Marshall, Alfred — Маршалл, Альфред
Marshall-Lerner condition — условие Маршалла—Лернера
Marx, Karl — Маркс, Карл
mass production — массовое производство
maturity structure — временная структура
means test — проверка на обеспеченность
media — средства массовой информации
mediation — посредничество
medium of exchange — средство обмена
medium-term financial strategy — среднесрочная финансовая стратегия
memorandum of association — меморандум об ассоциации
mercantilism — меркантилизм
merchandizing — см. sales promotion and merchandizing
merchant bank — торговый банк
merger or amalgamation — слияние
merit goods — см. social products
mezzanine debt — см. junk bond
M-form (multidivisional-form) organization — М-форма (мультидивизи-
онная форма) организации
microeconomic policy — микроэкономическая политика
microeconomics — микроэкономика
middleman — посредник
middle price — средняя цена
migration — миграция

- Mill, John Stuart — Милль, Джон Стюарт
minimum efficient scale — минимальный эффективный масштаб
minimum lending rate — см. bank rate
minimum wage rate — минимальная заработная плата
Ministry of international trade and industry (MITI) — Министерство внешней торговли и промышленности
minority interest — доля меньшинства
mint — монетный двор
mixed economy — смешанная экономика
mobility — мобильность
monetarism — монетаризм
monetary accomodation — денежное приспособление
monetary base or high-powered money — денежная база
monetary base control — контроль денежной базы
monetary compensatory amounts (MCAs) or green money — компенсационные выплаты, или «зелёные деньги»
monetary economy — денежная экономика
monetary policy — кредитно-денежная политика
monetary system — денежная система
monetary unit — денежная единица
money — деньги
money-at-call and short notice — см. call money
money-demand schedule — график спроса на деньги
money illusion — денежная иллюзия
money market — денежный рынок
money supply — предложение денег
money-supply definitions — определения предложения денег
money-supply schedule — график предложения денег
money-supply/spending linkages — связь предложения денег и расходов
money wages — денежная заработная плата
Monopolies and mergers commission (MMC) — Комиссия по монополиям и слияниям
monopolistic competition or imperfect market — монополистическая конкуренция, или несовершенный рынок
monopoly — монополия
monopoly firm — см. dominant firm
monopoly laws — см. competition laws
monopoly of scale — см. dominant firm
monopoly policy — антимонопольная политика
monopoly profit — монопольная прибыль
monopoly tax — монопольный налог
monopsony — монопсония

- moonlighter — «лунатик»
moratorium — мораторий
mortgage — закладная
most-favoured nation clause — принцип наибольшего благоприятствования
multidivisional form organization — мультидивизионная форма организации
Multi-fibre arrangement (MFA) — Многостороннее соглашение по текстилю
multilateral trade — многосторонняя торговля
multinational company (MNC) or multinational enterprise (MNE) — транснациональная компания
multiplier — мультипликатор
multiproduct firm — многопродуктовая фирма
mutual interdependence — взаимозависимость

N

- NAFTA — см. North American free trade agreement
National board for prices and incomes — Национальный совет по ценам и доходам
National debt or government debt — государственный долг
National economic development council (NEDC) — Национальный совет по экономическому развитию
National enterprise board — Национальный совет по предпринимательству
national income or factor income — национальный доход, или факторный доход
national income accounts — исчисление национального дохода
national insurance contributions — государственные страховые взносы
nationalization — национализация
nationalized industry — национализированная отрасль
national plan — национальный план
national product — национальный продукт
National research and development corporation — Национальная корпорация по исследованиям и разработкам
natural monopoly — естественная монополия
natural rate of economic growth — см. Harrod economic-growth model
natural rate of unemployment — естественный уровень безработицы
natural resources — природные ресурсы
near money — почти деньги
necessary condition — необходимое условие
NEDC — см. National economic development council

- negative income tax — отрицательный подоходный налог
- neoclassical economics — неоклассическая экономическая теория
- neokeynesians — некейнсианцы
- net book value — чистая бухгалтерская ценность
- net domestic-fixed-capital formation — см. gross domestic-fixed-capital formation
- net domestic product — чистый внутренний продукт
- net national product — чистый национальный продукт
- net present value — см. discounted cash flow
- net profit — чистая прибыль
- net worth — см. long-term capital-employed
- new international economic order (NIEO) — новый международный экономический порядок
- new-issue market — см. capital market
- newly industrializing country — новая индустриальная страна
- new product — новый продукт
- new product development — см. product development
- new protectionism — неопroteкционизм
- NIC — см. newly industrializing country
- nominal exchange rate — номинальный валютный курс
- nominal interest rate — номинальная процентная ставка
- nominal price — номинальная цена
- nominal rate of protection — номинальный уровень защиты
- nominal values — номинальные величины
- nominal holding — номинальное владение
- nonaccelerating inflation rate of unemployment (NAIRU) — не ускоряющий инфляцию уровень безработицы
- nondiscretionary competition policy — недискреционная политика в отношении конкуренции
- non durable good — товар краткосрочного пользования
- non-exhaustable natural resources — неисчерпаемые природные ресурсы, см. Natural resources
- nonmarketed economic activity — вне рыночная экономическая деятельность
- non-profit making organization — неприбыльная организация
- non-tariff barrier — см. import restriction
- nontraded product — нерыночный продукт
- normal product — нормальный продукт
- normal profit — нормальная прибыль
- normative economics — нормативная экономическая теория
- North American free trade agreement (NAFTA) — Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА)
- numeraire — счётная единица

О

- OECD — ОЭСР, см. Organization for economic cooperation and development
- off-balance sheet financing — забалансовое финансирование
- offer curve — см. Edgeworth box
- offer for sale — предложение о продаже
- offer-for-sale tender — тендер на предложение о продаже
- Office of fair trading (OFT) — Управление справедливой торговли
- official financing — см. balance of payments
- official list — официальный список
- OFT — см. Office of fair trading
- oligopoly — олигополия
- oligopsony — олигопсония
- OPEC — ОПЕК, см. Organization of petroleum exporting countries
- open economy — открытая экономика
- open-market operation — операции на открытом рынке
- opportunity cost or economic cost — альтернативные затраты, или экономические затраты
- optimizing — оптимизация
- optimum — оптимум
- option — опцион
- ordinal utility — ординалистская (порядковая) полезность
- ordinary shares or equity — обыкновенные акции
- organic growth (internal growth) — органический рост (внутренний рост)
- organization — организация
- organizational slack — организационный «жирок»
- Organization for economic cooperation and development (OECD) — Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)
- organization of petroleum exporting countries (OPEC) — организация стран — экспортеров нефти (ОПЕК)
- organization theory — теория организации
- original income — первоначальный доход
- output — выпуск
- output gap — см. deflationary gap
- output per man-hour — см. productivity
- outside money — см. exogenous money
- overcapacity — см. excess capacity
- overdraft — см. bank loan
- overheads or indirect costs — накладные расходы, или косвенные затраты
- overmanning — избыток рабочей силы
- overseas investment — см. foreign investment

oversubscription — сверхподписка
overtime — сверхурочные
overtrading — сверхактивность
overutilized capacity — сверхиспользованная мощность
«Own-label» brand — марка «свой ярлык»

Р

packaging — упаковка
paid-up capital — оплаченный капитал
paradox of thrift — парадокс бережливости
paradox of value — парадокс ценности
parallel importing — параллельный импорт
parallel loan — параллельная ссуда
Pareto, Vilfredo — Парето, Вильфредо
Pareto optimality — оптимальность по Парето
Parkinson's law — закон Паркинсона
partial equilibrium analysis — анализ частного равновесия
participation rate — доля рабочей силы
partnership — товарищество
part-time work — работа неполный рабочий день
par value — 1. нарицательная стоимость; 2. паритет валюты
patent — патент
patent office — патентное управление
pawnbroker — ломбард
pay — оплата
pay-as-you-earn — схема «заработал — уплати»
payback period — период окупаемости
Pay board — Комитет по оплате труда
payroll tax — налог с фонда оплаты труда
«peace dividend» — «мирный дивиденд»
peak-load pricing — ценообразование по пиковой нагрузке
penetration price — цена проникновения
pension — пенсия
pension fund — пенсионный фонд
per capita income — доход на душу населения
perfect competition or atomistic competition — совершенная конкуренция, или атомистическая конкуренция
perfect market — совершенный рынок
permanent-income hypothesis — гипотеза перманентного дохода
per se illegality — незаконность
personal distribution of income — личное распределение дохода

- personal equity plan (PEP) — программа «свои акции»
personal pension plan — см. pension
personal savings ratio — коэффициент личных сбережений
personal sector — индивидуальный сектор
personal selling — персональная продажа
Phillips curve — кривая Филлипса
physiocracy — физиократия
picket — пикетчик
piecework — сдельщина
pie chart — круговая диаграмма
Pigou, Arthur Cecil — Пигу, Артур Сесиль
placing — размещение
planned economy — плановая экономика
planning—programming—budgeting system — система «планирование—
программирование—финансирование»
PLC (public limited company) — см. limited liability
point elasticity — точечная эластичность
pollution — загрязнение окружающей среды
poll tax — подушный налог
pollutor pays principle — принцип «загрязнил — плати»
population — население
population census — перепись населения
population trap — демографическая ловушка
portfolio — портфель
portfolio theory — теория портфеля
positive economics — позитивная экономическая теория
potential entrant — потенциальный конкурент
potential gross national product — потенциальный валовой националь-
ный продукт
pound — фунт стерлингов
poverty trap — ловушка бедности
precautionary demand for money — спрос на деньги из предосторож-
ности
predatory pricing — хищническое ценообразование
preferences — предпочтения
preference share or preferred stock — привилегированная акция
preference/similarity theory — теория подобию предпочтения
premium — 1. надбавка к цене; 2. надбавка к курсу акций
premium bond — премиальная облигация
price — цена
price ceiling — потолок цены
Price commission — Комиссия по ценам
price competition — ценовая конкуренция

- price controls — контроль над ценами
price discrimination — ценовая дискриминация
price-earnings ratio — показатель «цена—прибыль»
price effect — эффект цены
price-elasticity of demand — эластичность спроса по цене
price-elasticity of supply — эластичность предложения по цене
price fixing — фиксация цены
price floor — нижняя граница цены
price index — индекс цен
price leader — ценовой лидер
price leadership — ценовое лидерство
price level — уровень цен
price marking (bargain offers) order, 1979 — Распоряжение о назначении цен, 1979
price parallelism — ценовой параллелизм
price and incomes policy — политика цен и доходов
price-squeeze — ценовое сжатие
price stability — стабильность цен
price stickiness — малоподвижность цен
price support — поддержка цен
price system or market mechanism — ценовая система, или рыночный механизм
price taker — «получатель цены»
price theory — теория цены
price-wage spiral — спираль «зарплата — цена»
price war — ценовая война
primary sector — первичный сектор
prime rate — базисная ставка
principles of taxation — принципы налогообложения
private company — частная компания
private costs — частные затраты
private-enterprise economy or free market economy or capitalism — экономика частного предпринимательства, или свободная рыночная экономика, или капитализм
private products — частные блага
private property — частная собственность
private sector — частный сектор
private time preference — см. discount rate
privatization — приватизация
probability — вероятность
process ray — технологический луч
producer or supplier — производитель, или поставщик
producer goods — товары производственного назначения

- producer's surplus — излишек производителя
product characteristics model — модель характеристик продукта
product development — развитие продукта
product differentiation — дифференциация продукта
production — производство
production census — см. census
production costs — производственные затраты
production function — производственная функция
production possibility boundary or transformation curve — граница производственных возможностей, или кривая трансформации
production efficiency — производственная эффективность
productive potential — производственный потенциал, см. potential gross national product
productivity — производительность (труда)
productivity bargaining — переговоры о производительности труда
product life-cycle — жизненный цикл продукта
product life-cycle theory — теория жизненного цикла продукта
product market — рынок продуктов
product—market matrix — матрица продукт—рынок
product mix — ассортимент изделий, или номенклатура продукции
product performance — характеристика продукции
product standards — товарные стандарты, или стандарты на продукцию
profit — прибыль
profitability — рентабельность
profit-and-loss account — счёт прибылей и убытков
profit centre — центр ответственности
profit margin — удельная валовая прибыль
profit maximization — максимизация прибыли
profit motive — мотив прибыли
profit-related pay — оплата в зависимости от прибыли
profit sharing — участие в прибылях
progressive taxation — прогрессивное налогообложение
progress payment — промежуточные выплаты
propensity to consume — склонность к потреблению
propensity to import — склонность к импорту
propensity to save — склонность к сбережению
propensity to tax — склонность к налогообложению
property — собственность, имущество, см. asset
proportional taxation — пропорциональное налогообложение
protectionism — протекционизм
проху — доверенность
public company — см. joint-stock company
public corporation — государственная корпорация

- public debt — долг государственного сектора
public finance — государственные финансы
public goods — общественные блага
public interest — интересы общества
public ownership — общественная собственность, государственная собственность
public sector or government sector — государственный сектор
public-sector borrowing requirement (PSBR) — потребность государственного сектора в займах
public-sector debt repayment (PSDR) — погашение государственного долга
public utility — коммунальное предприятие
public works — общественные работы
pump priming — «накачка спроса»
purchasing power — покупательная способность
purchasing-power parity theory — теория паритета покупательной способности
put option — см. option

Q

- quality — качество
quality circle — кружок качества
quality control — контроль качества
quantity demanded — объём спроса
quantity of money — см. money supply
quantity supplied — объём предложения
quantity theory of money — количественная теория денег
quantity traded — объём продаж
quasi-rent — квазирента
Quesnay, Francois — Кенэ, Франсуа
quota — квота
quoted company — котируемая компания

R

- R&D — см. research and development
random walk — случайное блуждание
rate of exchange — валютный курс
rate of interest — процентная ставка
rate of return — норма отдачи
rate-of-return regulation — регулирование нормы отдачи

- rates — ставки
- rational behaviour — рациональное поведение
- rational-expectations hypothesis — гипотеза рациональных ожиданий
- rationalization — рационализация
- rationing — рационирование
- real balance — реальные кассовые остатки
- real balance effect or Pigou effect — эффект реальных кассовых остатков (эффект Пигу)
- real exchange rate — реальный валютный курс
- real income — реальный доход
- real interest rate — реальная ставка процента
- real price — реальная цена
- real values — реальные величины
- real wage or real income — реальная заработная плата, или реальный доход
- recession — спад
- recognized investment exchange (RIE) — признанная инвестиционная биржа
- recognized professional body — признанная профессиональная организация
- recommended retail price — рекомендуемая розничная цена
- recovery — оживление, подъём
- recycling — переработка отходов
- redeemable financial security — погашаемая ценная бумага
- redemption yield — доходность при погашении, см. yield
- redemption of labour — перемещение труда
- rediscounting — переучёт
- redistribution-of-income principle of taxation — принцип перераспределения дохода в налогообложении
- redundancy — сокращение
- reflation — рефляция
- refusal to supply — отказ в поставке
- regional policy — региональная политика
- regional selective assistance — избирательная региональная поддержка
- regional unemployment — региональная безработица
- registered company — зарегистрированная компания
- registered unemployment — зарегистрированная безработица
- registrar of companies — регистратор компаний
- registrar of friendly societies — регистратор обществ взаимного страхования
- regression analysis — регрессионный анализ
- regressive taxation — регрессивное налогообложение
- regulation — регулирование

- relative-concentration measure — показатель относительной концентрации
- relative-income hypothesis — гипотеза относительного дохода
- relative price — относительная цена
- relativities — относительная заработная плата
- replacement investment — инвестиции на замещение
- «representative» firm — «представительная» фирма
- resale price maintenance (RPM) — поддержание розничных цен
- Resale prices acts, 1964, 1976 — Законы о розничных ценах, 1964, 1976
- research and development (R&D) — исследования и разработки
- reserve asset ratio or liquidity ratio — норма резервных активов, или норма ликвидности
- reserves — резервы
- residual (term) — см. regression analysis
- residual unemployment — остаточная безработица
- resource allocation — размещение ресурсов
- resources — ресурсы
- restraint of trade — ограничение торговли
- restrictive labour practice — ограничительная трудовая практика
- Restrictive practices court (RPC) — Суд по ограничительной деловой практике
- restrictive trade agreement — соглашение по ограничению торговли
- restrictive trade practice — ограничительная торговая практика
- Restrictive trade practices acts, 1956, 1968, 1976 — Законы об ограничительной торговой практике, 1956, 1968, 1976
- retailer — розничный торговец
- retail outlet — розничная торговая точка
- retail price index — индекс розничных цен
- retained profits or undistributed profits — нераспределённая прибыль
- return on capital employed — отдача на вложенный капитал
- returns to scale — отдача от масштаба
- returns to the variable factor input — отдача переменного фактора производства
- revaluation — ревальвация
- revealed preference theory — теория выявленных предпочтений
- revenue — выручка
- reverse takeover — обратное поглощение
- revised sequence — пересмотренная последовательность
- Ricardo, David — Рикардо, Давид
- ridge lines — см. indifference map
- RIE — см. recognized investment exchange
- rights issue — эмиссия прав

risk and uncertainty — риск и неопределенность
risk capital — рискованный капитал
risk premium — премия за риск
Robinson, Joan — Робинсон, Джоан
royalty — роялти
RPB — см. recognized professional body
RPI — см. retail price index
rule of origin, local content rule — правило происхождения
rule of reason — правило здравого смысла

S

salary — жалование
sales forecasts — см. forecasting
sales promotion and merchandising — продвижение товара, или стимулирование сбыта
sales-revenue maximization — максимизация выручки
sales tax or turnover tax — налог с продаж, или налог с оборота
satisficing theory — теория удовлетворённости
saving — сбережения
savings bank — сберегательный банк
savings ratio — доля сбережений
savings schedule — график сбережений
Say, Jean Baptiste — Сэй, Жан Батист
Say's law — закон Сэя
scale economics — см. economies of scale
scarcity — редкость
Schumpeter, Joseph — Шумпетер, Йозеф
scrip issue — бонусная эмиссия
seasonal unemployment — сезонная безработица
seasonal variation — сезонная вариация
secondary benefits — вторичные выгоды
second-best — «второе наилучшее»
sector — сектор
secular stagnation — долговременная стагнация
secular trend — долговременная тенденция
Securities and exchange commission — Комиссия по ценным бумагам и биржам
Securities and investments board — Управление ценных бумаг и инвестиций
self-employed — самозанятый
self-regulatory organization — саморегулирующаяся организация

- self-service — самообслуживание
self-sufficiency — самообеспечение
seller concentration — концентрация продавцов
seller's market — рынок продавцов
selling costs — торговые затраты (издержки)
selling price — продажная цена, или цена продажи
separation of ownership from control — отделение собственности от управления
sequestration — секвестр, или арест имущества
service sector — сфера услуг
service contract — договор о найме, см. employment contract
services — услуги
shadow price — теневая цена
share — акция 1
share capital — акционерный капитал
share certificate — акционерный сертификат
shareholders — акционеры
shareholders capital-employed — используемый акционерный капитал
share issue — эмиссия
share premium — премия по акциям
share price index — индекс курса акций
share purchase/sale — покупка/продажа акций
share register — реестр акционеров
share split — см. stock split
shark repellants — см. takeover bid
shell company — законсервированная компания
shift in tax — переложение налога
shop — магазин
Shop act, 1950 — Закон о регулировании часов работы магазинов, 1950
short position — короткая позиция
short run — короткий период
shutdown price — цена закрытия
SIC (standard industrial classification) — стандартная промышленная классификация
sickness benefit — пособие по болезни
sight — см. current account, commercial bank
simple interest — простой процент
Single European market act — Акт о едином европейском рынке
sinking fund — фонд погашения
skill — квалификация
skimming price — цена «снятия сливок»
slump — спад, см. depression
Smith, Adam — Смит, Адам

- social capital — общественный капитал
social cost — общественные затраты
socialism — социализм
social overhead capital — капитал в инфраструктуре
social product or merit goods or public goods — общественные блага
social security benefits — пособия по социальному обеспечению
social time preference — см. discount rate
social welfare function — см. welfare economics
socio-economic group — социально-экономическая группа
soft currency — мягкая валюта
soft loan — льготный кредит
sole proprietor — индивидуальное частное предприятие, см. firm
Solow economic-growth model — модель экономического роста Солоу
special deposit — специальный депозит
special drawing right (SDR) — специальные права заимствования
specialization — специализация
specialist shop — специализированный магазин
specific tax — потоварный налог
speculation — спекуляция
speculative demand for money — спекулятивный спрос на деньги
speculator — спекулянт
spot market — наличный рынок
spread — маржа, спред
stag — спекулянт на эмиссии (ценных бумаг)
stagflation — стагфляция
stagnation — стагнация
standardization — стандартизация
standard of deferred payment — средство отсроченного платежа
standard of living — уровень жизни
standard rate of taxation — базовая ставка налогообложения
stand-by arrangement — соглашение о резервных кредитах
staple product — товар первой необходимости
state enterprise — государственное предприятие
statement of account — извещение о расчетах
statistics — статистика
statute law — основной закон, законодательный акт
sterling — стерлинг
sterling area — стерлинговая зона
sterling M3 — см. money supply definitions
stock — 1. запас; 2. акция
stock appreciation — удорожание запасов
stockbroker — брокер

- stock control — управление запасами
stock dividend — дивиденд в виде акций
stock exchange or stock market — фондовая биржа, или рынок ценных бумаг
stockholding (inventory) costs — затраты хранения
stock inventory — запасы
stock market — рынок ценных бумаг
stockpiling — затоваривание
stock split or share split — дробление акций
stock valuation — оценка запасов
store — 1. склад; 2. магазин
store of value — средство сбережения
strategy — стратегия
strike — забастовка
structural unemployment — структурная безработица
structure of industry — структура промышленности
subsidiary company — дочерняя компания
subsidy — субсидия
substitute products — взаимозаменяемые блага
substitution effect — эффект замены (замещения)
sunk costs — безвозвратные затраты
supermarket — супермаркет, или универсам
supply — предложение
supply curve — кривая предложения
supply curve — сдвиг кривой предложения
supply elasticity — эластичность предложения
supply function — функция предложения
supply schedule — таблица предложения
supply-side economics — экономика предложения, или экономическая теория предложения
swap — своп

Т

- takeover or acquisition — поглощение
takeover bid — предложение о поглощении
tangible assets — материальные активы
tap issue — подписной выпуск
tariff or import levy — импортная пошлина, или тариф
tax — налог
taxation — налогообложение
taxation schedule — график налогообложения

- tax avoidance — избегание налогов
tax base — налоговая база
tax burden — налоговое бремя
tax credit — налоговый кредит
tax evasion — уклонение от уплаты налогов
tax haven — налоговая гавань
tax incidence — см. incidence of taxation
tax rate — ставка налога
tax return — налоговая декларация
tax revenue — налоговые поступления
technological efficiency — технологическая эффективность
technological-gap theory — теория технологического разрыва
technological progressiveness — технологическая прогрессивность
technological unemployment — технологическая безработица
technology — технология
tender — тендер
tender issue — тендерный выпуск
term loan — срочная ссуда
terms of trade — условия торговли
term structure of interest rates — временная структура процентных ставок
test market — пробный рынок
test of significance — проверка на значимость
theory of consumer behaviour — теория поведения потребителя
theory of demand — теория спроса
theory of international trade — теория международной торговли
theory of markets — теория рынков
theory of supply — теория предложения
theory of the firm — теория фирмы
The Securities association (TSA) — Ассоциация по ценным бумагам
third world country — страна третьего мира
three i's (formerly Investors in industry) — три «и» (Инвесторы в промышленность)
tie-in sales — связанные продажи
tight money or dear money — дорогие деньги
till money — банковская наличность
time-preference — временное предпочтение
time series — временной ряд
time-series analysis — анализ временных рядов
total cost — общие затраты
total domestic expenditures — общие внутренние расходы
total physical product — общий физический продукт
total revenue — общая выручка

- total utility — общая полезность
trade association — торговая ассоциация
trade barrier — торговый барьер
trade creation — расширение торговли
trade credit — торговый кредит
trade cycle — деловой цикл
trade debt — торговый долг
Trade description acts, 1968, 1972 — Законы о торговых описаниях, 1968, 1972
trade discount — торговая скидка
trade diversion — переориентация торговли
trade gap — торговый дефицит
trade integration — торговая интеграция
trade mark — торговый знак
Trade marks acts, 1938, 1984 — Законы о торговых марках, 1938, 1984
trade union — профсоюз
Trades union congress (TUC) — Конгресс профессиональных союзов
trade war — торговая война
trade-weighted index — взвешенный торговый индекс
trading stamps — торговые талоны
training — профессиональная подготовка
transaction costs — транзакционные затраты
transaction demand for money — транзакционный спрос на деньги
transactions in external assets and liabilities — сделки с внешними активами и обязательствами
transfer earnings — удерживающий доход
transfer payments — трансфертные платежи
transfer price — трансфертная цена
transformation curve — кривая трансформации
transitional unemployment — переходная безработица
transmission mechanism — передаточный механизм
Treasury — Министерство финансов (Государственное казначейство)
treasury bill — казначейский вексель
treaty of Rome — Римский договор
trend — тренд
trough — см. business cycle
trust — 1. трест; 2. траст
TSA — см. The Securities association
turnover tax — налог с оборота
two-part tariff — двухставочный (двухчастный) тариф
two-tier board — двухуровневый совет
type 1 error — см. hypothesis testing
type 2 error — см. hypothesis testing

U

- U-form (unitary form) organization — унитарная форма организации
unanticipated inflation — непредвиденная инфляция
UNCTAD — см. United Nations Conference of trade and development
underdeveloped country — см. developing country
underground economy — см. black economy
under subscription — см. oversubscription
undistributed profits — см. retained profits
unearned income — см. earned income
unemployment — безработица
unemployment benefit — пособие по безработице
unemployment rate — уровень безработицы
uniform business rate (UBR) — унифицированный сбор с предприятий
unitary elasticity — см. price-elasticity of demand
unitary taxation — унитарное налогообложение
United Nations — Организация Объединённых Наций
United Nations Conference of trade and development — Конференция ООН по торговле и развитию
unit of account — счетная единица, или единица измерения
unit trust — паевой инвестиционный фонд
Unit trust association — Ассоциация паевых фондов
unlisted-securities market — внебиржевой рынок ценных бумаг
upward-sloping demand curve — кривая спроса с положительным наклоном
util — ютил
utility — 1. полезность; 2. см. public utility
utility function — функция полезности
U-turn — U-образный поворот

V

- vacancy rate — уровень вакансий
value — ценность
value added — добавленная стоимость
value-added approach to GDP — см. national income accounts
value added tax (VAT) — налог на добавленную стоимость (НДС)
value for money audit — проверка денежной оценки
variable costs — переменные затраты
variable factor input — переменный фактор
variety — разнообразие (ассортимента)
VAT — см. value added tax

Veblen, Thorstein Bunde — Веблен, Торстейн Бунде
Veblen effect — эффект Веблена
velocity of circulation — скорость обращения денег
venture capital — венчурный (рисковый) капитал
vertical firm — см. firm or company or supplier
vertical integration — вертикальная интеграция
very long run — сверхдлительный период
visible balance — см. balance of trade
visible export and import — видимый экспорт и импорт
voluntary export restraint — см. export restraint agreement
voluntary group — добровольная группа
voluntary unemployment — добровольная безработица
voting shares — голосующие акции

W

wage — заработная плата
wage differential — дифференциация заработной платы
wage-price spiral — см. inflationary spiral
wage rate — ставка заработной платы
wage restraint — см. prices and incomes policy
wage stickiness — малоподвижность заработной платы
Walras's law — закон Вальраса
wants — потребности
wasting asset — истощимый актив
wealth — богатство
wealth effect — эффект богатства
wealth tax — налог на имущество
wear and tear — износ
Weights and measures act, 1963 — Закон о мерах и весах, 1963
welfare criteria — см. welfare economics
welfare economics — экономика благосостояния, или экономическая теория благосостояния
welfare state — государство благосостояния
wholesaler — оптовый торговец, или оптовик
Williamson trade-off model — модель компромисса Уильямсона
withdrawals or leakages — изъятия, или утечки
workable competition — действенная конкуренция
worker participation — участие рабочих (в управлении производством)
working capital — оборотный капитал
work in progress — незавершённое производство

World Bank or International Bank for Reconstruction and Development —
Мировой банк, или Международный банк реконструкции и разви-
тия

X

X-inefficiency — X-неэффективность

Y

yield — доходность

yield curve — кривая доходности

Z

zero-sum game — игра с нулевой суммой

**Словарь по экономике. Пер. с англ. под ред. П. А. Ватника. СПб. : Экономическая школа. 1998. 752 с.
ISBN 5-900428-35-4**

Настоящее издание — перевод популярного во всех англоязычных странах Словаря по экономике Коллинза. Словарь адресован в первую очередь школьникам-старшеклассникам и студентам вузов и колледжей, изучающим экономику. Кроме того, он является полезным справочным пособием для читателей, связанных с экономикой профессионально или интересующихся этой областью знаний.

Словарь содержит свыше 2500 статей по микро- и макроэкономике, а также по финансам, коммерции, бизнесу; освещает важнейшие теоретические принципы экономической науки и ее приложения к таким сферам, как политика в отношении конкуренции, общественные финансы, внешняя торговля, денежная система, налоговая политика. Включает список английских терминов.

ББК 65.22

СЛОВАРЬ ПО ЭКОНОМИКЕ

Редактор Н. А. Никитина

Художник Г. О. Вельте

Технический редактор Г. А. Смирнова

Корректоры Е. Я. Лапинь, Ф. С. Флейтман

Компьютерная верстка С. П. Широкий

Сдано в набор 20.09.97. Подписано в печать 25.05.98.

Формат 60 × 88¹/₁₆. Печать офсетная. Усл. печ. л. 47.

Уч.-изд. л. 47,3. Тираж 10 000 экз. Заказ № 828

«Экономическая школа»

192241, Санкт-Петербург, Пращская ул., д. 30, корп. 1.

Лицензия № 061692 от 19 октября 1997 г.

Санкт-Петербургская типография «Наука» РАН

199034, Санкт-Петербург, 9 линия ВО, 12.

