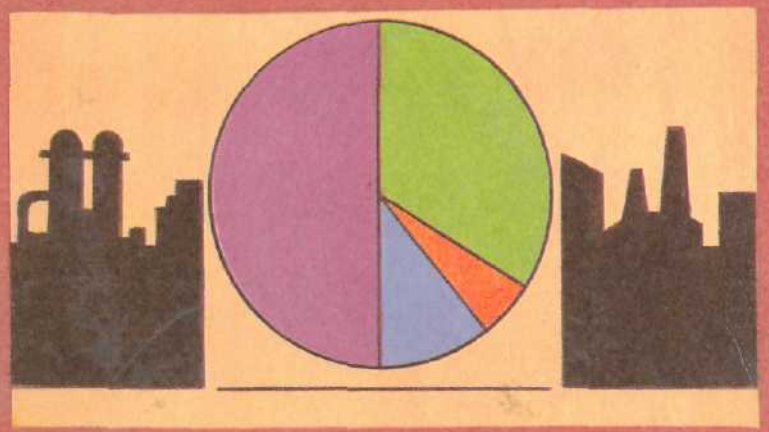


ВЛАДОС

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

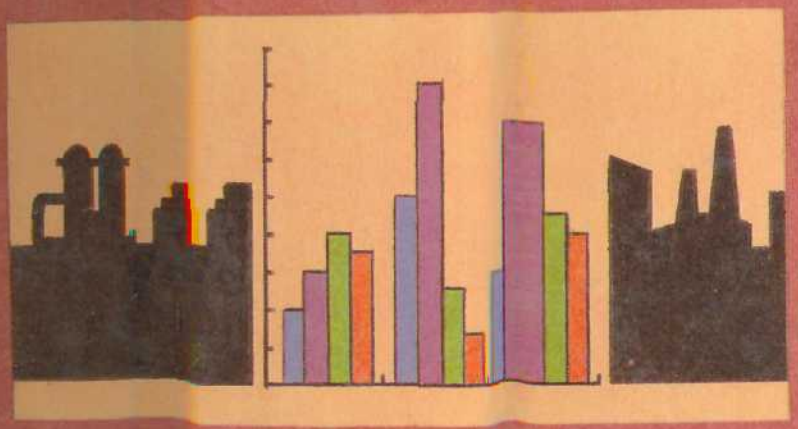
А.Ф.Шишкин

2

А. Ф. Шишкин

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УЧЕБНИК



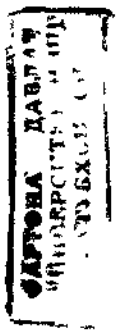
2

А. Ф. Шишкин

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

2-е издание (в двух книгах)

Книга 2



Рекомендовано

Государственным комитетом Российской Федерации по высшему образованию в качестве учебника для студентов экономических специальностей высших учебных заведений

Москва
«Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС»
1996

ББК 65.01я7
Ш65

Московский государственный социальный университет

Рецензенты: докт. экон. наук, проф. *И.Т.Крячков*, канд. экон. наук, проф. *В.В.Сафронов*; докт. экон. наук, проф. *И.С.Шармов*.

Шишкин А. Ф.

Экономическая теория: Учебное пособие для вузов. 2-е изд.: В 2 кн. Кн. 2. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1996. — 352 с.: илл.

ISBN 5-691-00018-7

Ш65

Раскрыты основные положения экономической теории, ее предмет, метод и функции.

Для студентов вузов, аспирантов, преподавателей и для всех интересующихся проблемами названного курса.

Ш 0607000000—25а / 14К(03)—96 **Без объявл.**

ББК 65.01я7

ISBN 5-691-00018-7

© Шишкин А.Ф., 1996

© «Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС», 1996

Раздел 4. МИКРОУРОВЕНЬ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 21. РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ. РАВНОВЕСИЕ РЫНКА

21.1. Возможность и необходимость государственного регулирования рыночной экономики

Начиная изложение, следует прежде всего четко разграничить экономическую роль государства в условиях свободной конкуренции или свободного рынка и экономическую роль государства в условиях регулируемой рыночной экономики.

Что такое свободный рынок? Мировой экономической наукой сформулирован ряд признаков, которые определяют свободный рынок:

1) неограниченное число участников конкуренции, абсолютно свободный доступ на рынок и такой же вывод из него. Это значит, например, что каждый человек имеет право заниматься предпринимательством или прекратить подобную деятельность. Сделать это он может по-разному: открыть свое дело, приняв непосредственное участие в труде, нанять работников, превратившись в предпринимателя, купить акции, приобрести государственные облигации, положить деньги в банк, инвестировать их в недвижимость (землю, дом) и т. д. Отметим, что свободному рынку соответствуют любые виды собственности, кроме государственной, и человек волен выбирать какую угодно. Система свободной конкуренции исключает все формы дискриминации потребителей. Всякий обладатель денежного дохода, собирающийся воплотить свою потребность в спрос, имеет право купить те товары и услуги, какие ему нужны;

2) абсолютная мобильность материальных, трудовых, финансовых и прочих ресурсов. Участник конкуренции, купив акцию, может получить доход только в том случае, если там, куда переместился его капитал, произошло расширение производства и продаж;

3) наличие у каждого участника конкуренции полного объема рыночной информации о предложении и спросе, ценах, нормах и т. п. Без этого он не в состоянии сделать правильный, наилучший для себя выбор между, скажем, покупкой дома и приобретением акций. К тому же в последнем случае участнику надо знать, какие акции принесут ему максимальный доход;

4) абсолютная одноименность однородных продуктов, что выражается, в частности, в отсутствии торговых марок и других индивидуальных характеристик качества товара. Наличие той же торговой марки ставит продавца в привилегированное, монопольное положение, а это уже не свободный рынок;

5) ни один участник свободной конкуренции не в состоянии оказать влияние на решения, принимаемые другими участниками.

Теоретически ясно, что в системе свободного рынка не остается места любым типам монополий. Исключены инфляция, безработица, перепроизводство. Хотя на практике дело обстоит значительно сложнее. Особое значение здесь имеет экономическая роль государства в регулировании рыночных отношений.

Возможности свободного рынка отнюдь не безграничны. Он не в состоянии гарантировать решение всех социально-экономических проблем современного общества. В данном случае речь идет не о недостатках, а именно об ограниченности возможностей рынка, особенно применительно к современным экономическим условиям. Поэтому в тех областях, где свободный рынок не может дать результата, необходимо экономическое вмешательство государства.

Начнем довольно с абстрактной модели экономики, характеризующейся полным господством свободной конкуренции. Казалось бы, в ней государство не осуществляет свои функции. Но это не так. Даже в стерильной экономике свободного предпринимательства остаются по крайней мере три следующие проблемы, которые неподвластны рыночному механизму:

1) государственное регулирование внешних эффектов. Рынок охватывает не все социально-экономические отношения участников макроэкономической системы. Деятельность и производителей, и потребителей порождает внешние (а не только внутренние) эффекты, которые непосредственно могут не иметь денежной меры. Например, имеется промышленное предприятие, которое, участвуя в рыночной конкуренции, попутно загрязняет окружающую среду. С этим внешним эффектом рынок ничего поделать не может. Без участия государства здесь не обойтись. Приведем еще один пример: фермер вкладывает капитал в прокладку канала к своему участку, вызывая объективно тем самым улучшение качества почвы на обширной территории, т. е. как собственной земли, так и чужой. Этим пользуется (притом бесплатно) фермер-сосед, увеличивая таким образом свое благосостояние. Ясно, что у фермера-инициатора частные издержки будут больше социальных на величину внешнего эффекта, а у фермера-соседа — наоборот. Рынок не в состоянии уравнять фермеру-инициатору частные и социальные издержки. Здесь опять-таки необходимо вмешательство государства. Анализ внешних эффектов впервые в экономической науке начал А.Пигу. Учет внешних эффектов дает основание разграничить частные и социальные затраты и результаты производства. Частные затраты и результаты характеризуют рыночное пространство, а их равенство — рыночное равновесие. Равенство социальных затрат и результатов отразит уже не просто рыночное, а псевдорыночное равновесие. Последнее равновесие шире рыночного, поскольку оно устанавливается совместными усилиями государства и обычного механизма спроса и предложения. Очевидно, что за псевдорыночным равновесием стоит не только согласование интересов участников свободной конкуренции, но и баланс между ними в интересах общества. Итак, рыночный механизм в принципе не способен двинуть экономику в сторону псевдорыночного равновесия. Это в состоянии сделать только государство. Например, оно может взять на себя измерение внешних эффектов и организацию перераспределения доходов через механизм государственного бюджета. В примере с фермерами это означало бы специальное налогообложение соседа и передачу образовавшихся финансовых ресурсов инициатору. В мировой экономической науке такой налог получил наименование налога А.Пи-

гу. Во многих странах государство использует правовые и административные рычаги с тем, чтобы заставить бизнес инвестировать капитал в восстановление природной среды. Современное государство несет ответственность за жизнь человека в условиях здоровой окружающей среды, которая постоянно нарушалась как системой свободной конкуренции, так и рыночной экономикой в целом (погоня за прибылью);

2) государственное регулирование потребления общественных товаров. Свободный рынок позволяет людям удовлетворять только те потребности, которые выражаются через спрос. Но есть и другие потребности, которые нельзя измерить в деньгах и превратить в спрос. Как быть с ними? Речь идет прежде всего о товарах и услугах коллективного пользования. И особенно о таких, в потреблении которых участвуют все граждане без исключения — это национальная оборона, охрана общественного порядка, государственное управление, единая энергетическая система, национальные сети коммуникаций и др. Эти блага в мировой экономической науке именуются общественными товарами. Общественный товар отличается от частного тем, что достается всем потребителям примерно поровну, в одинаковых объемах. Предоставление населению общественных товаров становится одной из функций государства в экономике свободной конкуренции. Финансирование их ложится на центральный и местный бюджеты. Государственный бюджет должен быть достаточен для компенсации внешних эффектов и объемов поставки общественных товаров. Правда, в ряде случаев довольно трудно четко отделить общественные товары от частных. Есть немало услуг, имеющих признаки и тех, и других. Например, таковым является высшее образование. Его услуги, с одной стороны, близки к общественному товару (студенты потребляют их коллективно и поровну), а с другой — к частному, поскольку знания потребляются на основе рыночных отношений. В условиях рыночной экономики необходим компромиссный вариант развития высшего образования: доступные для всех университеты сосуществуют с частными университетами, пользующимися государственной поддержкой в виде льготного налогообложения. Для формирования государственного бюджета, идущего на покрытие объемов поставок общественных товаров, устанавливается прогрессивный подоходный

налог. Это значит, что миллионер, уплатив налог, должен оценить потерю точно так же, как и владелец небольшой суммы денег;

3) обеспечение государством экономики нужным количеством денег. Рынок сам по себе не способен решить эту проблему. В итоге мы получаем представление о хозяйственном механизме свободного предпринимательства. Выделяют два его ведущих звена — свободный рынок и государство. При этом смысл экономической деятельности государства состоит в том, чтобы дополнять рынок, решать те проблемы, перед которыми он пасует. Если без участия государства не обходится даже экономика свободной конкуренции, то тем более оно необходимо в современном рыночном хозяйстве.

Проблемы, которые только что охарактеризованы, представляют минимально необходимую границу государственного вмешательства. Ниже этой планки оно опуститься не может хотя бы потому, что трудно себе представить рынок, исправно функционирующий в экономике, где нет денег, отсутствует правительство и постоянно нарастает дефицит ресурсов.

Если обратиться к экономической действительности, то обнаружатся новые области жизни, в которых механизм рынка не дает нужных обществу эффектов. Поэтому можно увидеть иные мотивы участия государства в хозяйственных процессах. Например, рыночное распределение товаров не обеспечивает благосостояния всех членов общества. С точки зрения рынка справедливыми считаются высокие доходы преуспевающих фирм и низкие доходы фирм-банкротов. С позиций рыночной этики тут все абсолютно справедливо. К тому же есть еще инвалиды, старики, дети.

Чисто рыночное распределение не гарантирует некоторый стандарт благосостояния, достойное существование. Но без соблюдения прав человека нет ни демократического общества, ни соответствующей ему экономики. То, что справедливо в распределении благ с точки зрения рынка, часто несправедливо в общечеловеческом смысле. Для общественного признания этого факта в странах с развитой рыночной экономикой понадобилось немало времени. Этот процесс завершился расширением экономических функций государства. И оно активно включилось в перераспределение доходов. Острые социальные конфликты были ослаблены.

Приведем еще один пример. Рынок не гарантирует со-

блюдения права на труд, даже для тех, кто может и хочет работать. В рыночной экономике неизбежна безработица. Это ставит перед государством немало сложных проблем. Поэтому государство регулирует рынок рабочей силы с целью поддержания полной занятости, сокращения безработицы. Хотя полного решения этой проблемы оно никогда не достигает. Даже командно-идеологические методы перемещения трудовых ресурсов — не лучший вариант решения проблем занятости.

Рынок не может обеспечить стратегические прорывы в области науки и технологии, глубокие структурные преобразования производства. Он не дает необходимого эффекта при осуществлении крупных инвестиций. Речь идет о фундаментальной науке, о капитальных вложениях в новейшие отрасли, которые будут выпускать продукцию пока что с неопределенной нормой прибыли. Здесь не обойтись без вмешательства государства. Именно оно стимулирует научно-технический прогресс и осуществляет структурную политику.

Исторические, национальные, демографические и другие нерыночные факторы формируют региональные проблемы. Для их решения также требуется вмешательство государства, нужна региональная политика. Регулирование на национальном и межгосударственном уровнях является обязательным условием эффективного развития мировой экономики.

Любая экономика (как рыночная, так и не рыночная) подвержена инфляции и монополизму. Поэтому рыночное хозяйство нуждается в проводимой государством антиинфляционной и антимонопольной политике.

Таковы основные направления объективно необходимого государственного регулирования рыночной экономики.

21.2. Методы государственного регулирования рыночной экономики

Чтобы проанализировать методы государственного регулирования рыночной экономики, необходимо первоначально раскрыть экономические функции государства. Их классификация позволяет выделить следующие основные направления экономической деятельности государства:

1) разработка, принятие и организация выполнения хозяйственного законодательства. Речь идет о соответствующей рыночной экономике правовой основе предпринимательства, налогообложения, банковской системы;

2) обеспечение сохранности рыночного механизма, условий его нормальной работы. В это направление входит регулярная демонополизация экономики, эффективная антиинфляционная деятельность с помощью прежде всего стабильной денежной политики, поддержание государственных финансов в нужных объемах и бездефицитном состоянии;

3) деятельность по заполнению свободных от рынка хозяйственных зон, решение экономических проблем, перед которыми рыночный механизм обнаруживает низкую эффективность. Без государства рыночную экономику не удастся сделать экологически безопасной, гарантировать осуществление прав человека, справедливое распределение доходов, организовать поступательное движение научно-технического прогресса, сгладить структурные и региональные диспропорции, обеспечить эффективное развитие международных экономических отношений.

Общество, выполняя свои общесоциальные функции, применяет разнообразные методы воздействия на экономику. К ним относятся:

1) государственные методы. Среди них следует выделить индикативное и бюджетное планирование, налоговое регулирование, регулирование цен;

2) негосударственные методы. К ним относятся общественные рычаги воздействия на экономику (функционирование различных ассоциаций, обществ потребителей), частные рычаги (соглашения о рынках сбыта и ценах);

3) институциональные методы. Они представлены товарными биржами, биржами ценных бумаг, коммерческими банками, информационными центрами, рекламными агентствами и другими обслуживающими рыночное хозяйство учреждениями. Комбинация этих методов позволяет создать действенный рыночный механизм.

В государственном регулировании рыночной экономики существуют ограничения, которые отражают требования свободного рынка. Здесь необходимо отметить следующее:

1) должны быть исключены любые действия государства, разрывающие связи внутри рыночного механизма. Недопустимы, например, тотальное директивное планирова-

ние, натуральное распределение производственных ресурсов и предметов потребления (фонды, талоны, купоны), административный контроль над ценами и другие хорошо известные для нас формы государственного вмешательства в экономику. Это вовсе не отрицает оптимальный государственный контроль над ценами и применение индикативного планирования;

2) поскольку конкурентный рынок представляет собой во многом самонастраивающуюся систему, влиять на него можно в основном лишь косвенными, экономическими методами. Если будут использоваться лишь административные методы, то государство только разрушит рыночные отношения. Это не сделает экономику эффективной, динамичной и процветающей. Вместе с тем это не означает, что в развитом рыночном хозяйстве административные методы вообще не будут применяться. Нередко применение таких методов абсолютно необходимо;

3) экономическими регуляторами следует пользоваться осторожно, чтобы не помешать рыночным связям. Хорошо понятно, что налоговая и денежная политика по силе своего влияния на экономику вполне сравнима с централизованным планированием. Платой за неосмотрительное использование экономических методов регулирования рынка могут стать рост безработицы, неконтролируемая инфляция, расстройство денежной системы и государственных финансов, трудности с обновлением структуры производства, медленное продвижение к новому качеству экономического роста;

4) среди экономических регуляторов нет ни одного идеального. Каждый из них приносит положительный результат в одном месте, а в другом вызывает негативные явления. Государство должно постоянно контролировать положительные и отрицательные эффекты. Например, стимулируя освоение новых технологий, государство неизбежно усиливает высвобождение работников, осложняет ситуацию на рынке рабочей силы. Поэтому оно должно заранее позаботиться о мерах, направленных на урегулирование данной ситуации. Можно привести еще один пример. Допустим, государство занимается антиинфляционным регулированием, ограничивает прирост денежной массы в обращении, проводит дефляционную политику. Но это оборачивается удорожанием кредита, ростом процентных ставок. В этих условиях затрудняется финансирование инвестиций, начинается торможение экономического роста.

В нашей стране в середине 80-х годов степень огосударствления экономики достигла беспрецедентных масштабов, что вызвало затяжной экономический кризис. Но ведь и там, где рыночные отношения не разрушались, ситуация в экономике оказалась также отнюдь не идеальной. Поэтому разгосударствление и превратилось ныне в тенденцию общемирового порядка.

Как следует из мирового опыта, хорошо зарекомендовали себя четыре способа разгосударствления экономики. Они имеют исключительно важное значение для становления рыночной экономики в нашей стране. К ним относятся:

1) либерализация рынков. Для того, чтобы сделать рынки более свободными, открытыми, государство на расширение доступа новых конкурентов стимулирует диверсификацию производства и продаж. В результате растет число фирм, чья продукция поступает на самые разные рынки, в том числе и на те, где раньше доминировали государственные предприятия. Среди методов либерализации можно выделить поощрение малого бизнеса, ослабление таможенных ограничений поступления на национальный рынок импортных товаров. Либерализация рынков означает разгосударствление без приватизации;

2) стимулирование создания и расширение сферы деятельности смешанных предприятий. Это можно сделать с помощью льготного налогообложения или особого режима кредитования. Государство может сориентировать свою инвестиционную политику исключительно на те предприятия, где его доля в акционерном капитале ниже 100%;

3) применение мер, предусматривающих постепенную ликвидацию нерыночных отношений, в которых находились многие предприятия государственного сектора. Сюда относятся: а) сокращение бюджетной безвозмездной помощи; б) отказ от списания банковской задолженности; в) отмена налоговых льгот государственным предприятиям; г) распространение на государственные предприятия принципов инвестирования, существующих в сфере частного бизнеса;

4) денационализация собственности. Приватизация (переход акций бывших государственных предприятий в индивидуальную частную собственность) представляет лишь один из многих вариантов денационализации. Этими акциями могут завладеть также банки, коллективы распродаваемых предприятий, акционерные общества, иностранные

фирмы, кооперативы. К тому же совершенно необязательно, чтобы денационализация была полной. Часто целесообразно сохранить за государством часть акционерного капитала ранее принадлежавших ему предприятий.

Хотя в экономической действительности наблюдается переплетение всех способов разгосударствления, главными все же остаются два из них — либерализация и денационализация.

21.3. Антимонопольная и фискальная политика государства

Экономика России чрезвычайно централизована и монополизирована. Простая передача промышленных гигантов из государственных рук в частные является малоэффективной и даже опасной. Ей должна предшествовать работа по выявлению основных направлений антимонопольной политики государства.

Антимонопольные преобразования охватывают три важнейшие стадии, каждая из которых привносит качественные преобразования в работу современных государственных предприятий. К ним относятся:

1) коммерциализация. Она представляет стадию реформ. Ее целью является повышение финансовой эффективности государственных предприятий. Это предусматривает отказ от директивного планирования, повышение прибыльности до уровня аналогичных частных фирм, отказ от постановки перед ними противоречиво и расплывчато формулируемых задач;

2) корпоратизация. На этой стадии реформ государственные предприятия репродуцируют внутренние и внешние условия деятельности преуспевающих частных фирм. Коммерциализация сама по себе не создает достаточной основы для устойчивых финансовых результатов и не гарантирует от вмешательства государства. Государство и в условиях коммерциализации может подорвать самостоятельность администрации госпредприятия в принятии ключевых решений. Поэтому корпоратизация включает изменение организационной структуры предприятия, преобразование органов власти на нем. Развитию корпоратизации в России служит президентский указ «Об организационных мерах по

преобразованию государственных предприятий, добровольных объединений государственных предприятий в акционерные общества», а также «Положение о коммерциализации государственных предприятий с одновременным преобразованием в акционерные общества открытого типа». Ими подготовлена юридическая основа для внедрения акционерной структуры управления на государственных предприятиях;

3) приватизация. В 1992 г. в России приняты Закон и Программа приватизации. Их целями являются: а) сокращение доли государственного сектора; б) развитие рынка капиталов и увеличение числа собственников; в) улучшение управления и повышение эффективности хозяйственной деятельности; г) поощрение конкуренции; д) повышение доходов правительства.

Первые попытки приватизации государственных предприятий в России оказались неудачными. Для передачи государственной собственности в руки частных лиц — граждан России — не созданы необходимые условия. У них просто нет средств. Поэтому монопольное положение государственных предприятий в ряде отраслей полностью не преодолено.

Важную роль в регулировании рыночных отношений играет фискальная политика государства. Она представляет систему регулирования, связанную с правительственными расходами и налогами.

Под правительственными расходами понимаются расходы на содержание государства, а также государственные закупки товаров и услуг. Это могут быть самые различные виды закупок: а) строительство за счет бюджета дорог, школ, медицинских учреждений, объектов культуры; б) закупки сельскохозяйственной продукции; в) внешнеторговые закупки; г) закупки военной техники. Главный отличительный признак всех этих закупок заключается в том, что потребителем их выступает само государство.

Обычно государственные закупки разделяют на два вида:

1) закупки для собственного потребления государства, которые более или менее стабильны;

2) закупки для регулирования рынка.

Совокупные расходы государства находят выражение в расходной части государственного бюджета. В 1993 г. сово-

купные расходы российского государства составили 57,3 трлн. руб. Государственные расходы играют значительную роль в социально-экономическом развитии общества. Сложившийся к настоящему времени дефицит государственного бюджета превышает разумные пределы и приводит к финансовой разбалансированности экономики. Поэтому актуальным является вопрос о повышении эффективности государственных расходов. Им следует придать регулирующую роль в обеспечении стабильности макроэкономики, в формировании нового качества экономического роста.

В США и Великобритании государство как покупатель обеспечивает реализацию до 20% валового национального продукта. Используется для этого и система государственного заказа, которая привлекает компании гарантированным рынком сбыта, отсутствием риска неплатежа, наличием налоговых, кредитных льгот. Чтобы сгладить экономический цикл, государство стремится увеличить объем государственных заказов в период кризиса и депрессии и сократить его в период подъема во избежание перепроизводства.

Налоги являются вторым важнейшим инструментом фискальной политики. Они представляют собой нормативную форму обложения доходов (имущества) юридических и физических лиц. Налоги характеризуются обязательностью и срочностью платежа. Как для существования человеку необходимо получение дохода, так и для функционирования государства необходимы налоги. Налоги различаются между собой по видам и объектам обложения, по плательщикам, отраслям экономики, формам собственности. Налоги поступают либо в местный бюджет, либо в бюджет государства.

Налоги выполняют не только чисто фискальную функцию, связанную с аккумулированием денежных средств в бюджет, но также и распределительную, стимулирующую и контролирующую функции. Высокие налоговые ставки ведут к тому, что работать много и хорошо зарабатывать становится невыгодным. Низкие налоговые ставки могут ударить по доходам бюджета. При правильном применении налогового инструмента он может принести немалую пользу, при ошибочном — непоправимый вред.

В России активная налоговая политика по сути дела только начинает закладываться. Всем казалось, что налоги — инструмент сугубо буржуазный, чуждый нашему обществу. В 60-х годах даже был принят закон (затем приостановленный) об отмене всех налогов. В законную силу этот документ так и не вступил. Можно принять закон о том, чтобы дождь шел тогда, когда нам нужно, но обеспечить его выполнение значительно сложнее.

Налоговая политика в России в современных условиях базируется на следующих основных законах:

1) закон «О подоходном налоге с населения»;

2) закон «О подоходном налоге с предприятий»;

3) указ Президента Российской Федерации «О государственной налоговой службе Российской Федерации»;

4) законы регламентирующие порядок взимания налога на добавленную стоимость, акцизы и др.

Налоги в России впервые разделены на три вида: федеральные, республиканские, местные. Законом установлено, что система налогообложения действует без изменения вплоть до принятия Федеральным Собранием России специального решения о налоговой реформе. Последняя, как правило, включает:

— изменение перечня налогов;

— изменение объектов налогообложения;

— изменение методов взимания налогов.

Насколько будут эффективны новые подходы в налоговой политике нашей страны, покажет время. Насколько будет эффективна новая налоговая система, еще предстоит узнать.

Любое государство проводит ту или иную фискальную политику, поскольку для своего существования оно нуждается в финансовых ресурсах. А они черпаются за счет налогов. Но главная задача фискальной политики состоит не столько в обеспечении сбалансированного бюджета, сколько в обеспечении сбалансированности макроэкономики. Фискальная политика позволяет скорректировать динамику валового национального продукта в желаемом направлении.

Фискальная политика является одним из важнейших инструментов государственного регулирования экономики. Она направлена на стабилизацию экономического развития. Государственные расходы и налоги оказывают прямое воздействие на уровень совокупных расходов, а следовательно, и на объем национального производства и занятость населения. По мнению Дж.Гелбрейта, фискальная политика является инструментом регулирования спроса, что является органической потребностью индустриальной системы.

Фискальная политика является сильным инструментом в борьбе с циклическими колебаниями. Ее главная задача — сгладить недостатки рыночной стихии путем сознательного воздействия на совокупный спрос и совокупное предложение товаров на рынке. Но надо учитывать, что ни один инструмент в экономике не является на 100% идеальным.

Фискальная политика призвана обеспечивать устойчивость экономического развития, она является инструментом в борьбе против инфляции и для поддержания занятости. Ясно, если в стране растет безработица, то надо увеличивать государственные расходы и снижать налоги, чтобы стимулировать рост производства. Но жизнь гораздо сложнее, чем исторические выкладки. Правительственные решения требуют времени не только на выработку, но и на принятие их и на одобрение законодательной властью. Поэтому фискальная политика не всегда бывает достаточно гибкой.

Фискальную политику в зависимости от механизма ее реагирования на изменение экономической ситуации подразделяют на две части:

1) политика встроенных стабилизаторов. Это механизмы, которые работают в режиме саморегулирования, сами реагируют независимо от принимаемых решений на изменение положения в экономике. К числу встроенных стабилизаторов относятся:

— автоматические изменения в налоговых отчислениях. Как известно, сумма налогов зависит от величины доходов населения и предприятий. Как только доходы начнут падать, уменьшается и поступление налогов в казну. Это происходит независимо от того, будут ли приниматься какие-либо решения правительством по налогам или нет. Когда доходы сокращаются, рост налоговых отчислений оказывает отрицательное воздействие на экономику. Он подталкивает снижение совокупного спроса и дестабилизирует ситуацию. Значит, в таких условиях необходимо сокращение налоговых отчислений для торможения негативных явлений. Как раз такое воздействие и оказывает прогрессивная налоговая шкала. Она является встроенным стабилизатором, работая и в сторону понижения, и в сторону повышения. При росте объема производимой продукции растут и доходы, но растут и налоги при прогрессивной налоговой шкале;

— совокупность пособий по безработице и социальных выплат. В автоматическом режиме функционирует и система индексации доходов, пособий по безработице и других социальных выплат. Так, при потере работы человек получает пособие, а когда он получает работу, то выплата пособий прекращается. Налоги, за счет которых платятся пособия, растут в период высокой занятости, т. е. растет резервный фонд и давит на доходы. В период низкой занятости, когда доходы падают, а вместе с ними и налоговые отчисления, то за счет резервного фонда начинают подпитываться доходы населения через выплату пособий. Программы по поддержанию доходов оказывают положительное воздействие на совокупный спрос — будь это целевые продовольственные талоны и помощь многодетным семьям. Они не позволяют резко сократиться совокупному спросу даже в период депрессии.

Встроенные стабилизаторы смягчают потрясения в экономике. Но для этих целей их одних оказывается явно недостаточно. Поэтому не следует переоценивать их роль. Встроенные стабилизаторы лишь уменьшают колебания цикла, но не могут их полностью устранить. Это уже правительство пытается решить с помощью дискреционной фискальной политики и денежной политики. Поэтому даже при наличии встроенных стабилизаторов колебания в экономике сохраняются;

2) дискреционная политика. Она проводится по усмотрению правительства, на основе его решений и связана с осуществлением определенных правительственных программ. Дискреционная политика включает такие составляющие:

— государственную программу занятости. Это одна из мер в борьбе с безработицей и за стабилизацию экономики. Осуществляется эта программа обычно за счет средств государства и местных органов власти. В период кризисов практикуются программы организации общественных работ. В этом случае государство за счет бюджетных средств организует различные виды работ для населения по принципу — «лишь бы занять». Одни могут копать ямы, а другие их закапывать. Поэтому эти программы являются экономически малоэффективными. Их использование представляет чрезвычайную меру в условиях глубокого спада производства и резкого роста безработицы. Эти программы занятости могут модифицироваться. Так, для роста занятости можно поощрять мелкие предприятия, которые обеспечивают максимальную занятость. Особенно важны программы для под-

держания занятости среди молодежи, которая первой испытывает на себе удары спада производства;

— социальные программы. Расходы на социальные программы включают в себя выплаты пенсий, программы помощи малоимущим слоям населения, расходы на образование, медицину. Эти программы позволяют стабилизировать экономическое развитие, когда сокращаются доходы населения и обостряется нужда. Главный недостаток всех этих программ заключается в том, что они вводятся в условиях спада и их тяжело отменить, когда экономика находится на подъеме;

— изменение налоговых ставок. Это более эффективный инструмент стабилизации экономики. Так, снижение ставок подоходного налога в условиях кратковременного спада может удержать доходы от сокращения, предотвращая тем самым нарастание кризиса, увеличивая потребительские расходы.

Воздействие фискальной политики на макроэкономическую стабилизацию довольно относительно по сравнению с более подвижными инструментами денежной политики.

21.4. Регулирование спроса и предложения. Равновесие рынка

Важное значение для развития макроэкономики имеет регулирование в условиях рынка совокупного спроса и совокупного предложения. Их взаимодействие определяет пропорции воспроизводства, динамику цен, заработной платы, налогов, денежного обращения.

Совокупный спрос (*D*) — это потребность, представленная на рынке в денежной форме со стороны населения, предприятий и государства. Следует выделить факторы, определяющие совокупный спрос. К ним относятся: уровень цен, доходы населения, намерения населения на будущее, налоги, правительственные закупки, объемы инвестиций предприятий.

Совокупное предложение (*S*) определяется количеством материальных благ и услуг, которое предприниматели предлагают на рынке. При этом предприниматели стремятся достичь потенциального объема производства, поскольку любая экономическая система стремится к такой цели. Необходимо выделить следующие факторы, которые определяют совокупное предложение:

— размер производственных затрат. Среди них важное место принадлежит земле, труду и капиталу;

— производительность труда и других факторов производства. Данный фактор определяется технологическим уровнем общества.

Графически взаимодействие совокупного спроса и совокупного предложения можно представить следующим образом (рис. 21.1).

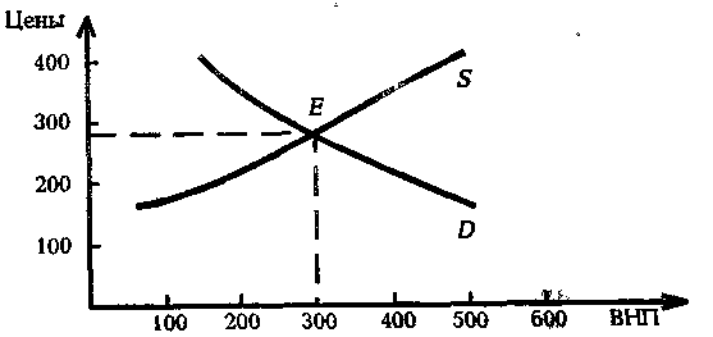


Рис. 21.1. Взаимосвязь спроса и предложения

На горизонтальной оси отложен общий объем производства, представленный валовым национальным продуктом (ВНП). На вертикальной оси отложен общий уровень цен. Спускающаяся слева направо линия — кривая совокупного спроса. Поднимающаяся слева направо линия — кривая совокупного предложения. Соотношение совокупного спроса и совокупного предложения определяет уровни реального ВНП и цен, установившихся в данный период. Общее равновесие достигается в точке *E*, в точке пересечения кривых *D* и *S*. Оно означает, что и продавцы и покупатели удовлетворены. Другими словами, уровень цен таков, что покупатели готовы покупать ровно столько, сколько продавцы готовы произвести и продать. Кривая совокупного спроса наклонена вниз. Она показывает, что объем расходов растет, если общий уровень цен падает. Низкий уровень цен ведет к повышению общего потребления.

Кривая совокупного предложения зависит от того, рассматривается ли совокупное предложение в краткосрочном или долгосрочном периоде.

Кривая совокупного предложения в краткосрочном периоде (обычно в течение года) плавно поднимается вверх. При этом она показывает, что при росте спроса фирмы также увеличивают цены и объем производства. Происходит это потому, что имеются временно фиксированные элементы затрат — заработная плата, рента и др. Наиболее важной из этих временно фиксированных затрат является заработная плата. Таким образом, если потребители потребуют больше товаров, то фирмы, в свою очередь, реагируют повышением цен, получая высокие прибыли и производя больше продукции.

В долгосрочном периоде изменение цен приводит к тому, что кривая совокупного предложения будет приобретать вертикальный характер. Однажды фиксированная заработная плата вскоре двинется вверх, реагируя на рост цен. В результате в долгосрочном периоде предприятия не получат больше прибыли даже при более высоком уровне спроса. Соответственно, они не станут увеличивать и объем производства. Таким образом, в долгосрочном периоде кривая совокупного предложения примет вид вертикальной прямой. Она отразит реальный объем ВНП, равный потенциальному объему производства.

Исходя из этого нетрудно понять, что главная задача правительства — это правильно определить факторы, влияющие на совокупный спрос и совокупное предложение, и принять соответствующие меры против негативных воздействий на экономику.

Потребители приходят на рынок с определенным объемом совокупного дохода, предназначенного для приобретения товаров. Потребители хотят купить товар подешевле. Хотя они и понимают заботы продавцов, которые хотят продать товар подороже. Поэтому потребители предлагают за товары цены, равные так называемым ценам спроса.

Под ценой спроса понимается та предельная максимальная цена, за которую покупатели еще согласны купить товар. Выше нее рыночная цена подняться не может, поскольку у потребителей больше нет денег, чтобы осуществить покупку.

Между ценой спроса и количеством продаваемой продукции существует следующая взаимная связь: с одной стороны, чем меньше количество товара, тем выше потребитель оценивает его полезность, тем большую цену он согласен за него уплатить; с другой — когда цена спроса велика, товар становится остродефицитным, и его трудно найти. Если же цена спроса идет вниз, товар становится более доступным. А число потребителей растет вместе с количеством продаваемых изделий.

Производители-продавцы хотят продать товар подороже, хорошо понимая, что у потребителей совершенно иные устремления. В результате на рынке обнаруживаются цены предложения.

Под ценой предложения понимаются такие предельные минимальные цены, по которым производители еще готовы продать свои товары покупателям. Рыночная цена не может опуститься ниже цены предложения потому, что тогда производство и сбыт станут нерентабельными. А это несовместимо с экономическими законами и интересами производителей.

Чем меньше цена предложения, тем меньшее количество товаров поступит в продажу. Низкая цена предложения означает, что у многих производителей издержки производства и обращения окажутся выше этой сравнительно небольшой цены. Это сделает невыгодным выпуск товаров. По мере повышения цен предложения будет возрастать и число производителей, и объемы поставок товаров на рынок.

При определенных условиях интересы производителей и потребителей совпадают. Достигается равновесие рынка, т.е. наилучший объем производства и продаж. При этом рыночная цена становится ценой равновесия. Условиям равновесия отвечает следующее соотношение:

$$St = \mathrm{d}t = pt \cdot qt, \qquad (21.1)$$

где St — величина предложения товара в t-м периоде; $\mathrm{d}t$ — размер спроса на товар в t-м периоде; pt — рыночная цена равновесия в t-м периоде; qt — наилучший объем продаж в t-м периоде.

Действительно, предпринимателям невыгодно дальнейшее повышение цены и расширение предложения, ибо тогда товар не найдет спроса. Те предприниматели, которые все же расширят производство, проиграют рыночную игру и

обанкротятся. И потребителям не приходится рассчитывать на приобретение большего количества товара или на снижение его цены, поскольку такое развитие событий противоречит интересам производителей.

В состоянии равновесия рынок является сбалансированным. Ни у продавцов, ни у покупателей нет внутренних побуждений к его нарушению. Напротив, при любой другой цене, отличающейся от цены равновесия, рынок оказывается несбалансированным. У покупателей или у продавцов появляется желание изменить ситуацию на рынке. Здесь возможны два случая:

1) реальная рыночная цена оказывается выше равновесной цены. При такой цене возникает избыток предложения. В таком случае производители предпочтут несколько снизить цену, чем поддерживать выпуск продукции в объеме, существенно превышающем объем спроса. Таким образом, избыток предложения будет оказывать понижающее давление на цену;

2) реальная рыночная цена оказывается ниже равновесной цены. Тогда объем спроса окажется выше объема предложения. И товар станет дефицитным. Некоторые покупатели предпочтут заплатить более высокую цену. В результате избыток спроса будет оказывать повышающее давление на цену.

Данный процесс будет продолжаться до тех пор, пока цена вновь не установится на равновесном уровне, при котором объемы спроса и предложения равны. Равновесие на рынке при определенных условиях оказывается устойчивым. Любое отклонение от положения равновесия приводит в действие силы, которые возвращают рынок в исходное состояние.

21.5. Неоклассическая и кейнсианская концепция регулирования рыночной экономики

В экономической теории существуют два основных направления в вопросе регулирования общественного производства в условиях рыночных отношений. К ним относятся:

1) неоклассическое направление. Оно стоит на теоретических позициях автоматического саморегулирования рыночной экономики;

2) кейнсианское направление. Оно исходит из обязательного вмешательства государства в рыночную экономику, особенно в период экономического кризиса.

На позициях автоматического саморегулирования рыночной экономики стоит чикагская школа экономистов. Ее представители придают денежным факторам решающее значение в формировании конъюнктуры рынка и отрицают необходимость активного вмешательства государства в процесс воспроизводства. Школа зародилась в Чикагском университете (США) в начале XX в. Из-за акцента на экстраординарной роли денег концепция чикагской школы получила также название доктрины монетаризма.

Основоположником теоретического учения чикагской школы является американский экономист М. Фридмен (доктор философии и права, профессор экономики Чакагского университета, лауреат Нобелевской премии). Идею невмешательства государства в экономику отстаивает несколько поколений ученых-экономистов Чикагского университета с начала 20-х годов XX в., и в первую очередь И.Фишер, Г.Саймонс, Л.Минтс.

Чикагская школа находится в оппозиции к кейнсианскому направлению экономической мысли, которое настоятельно рекомендует государству регулировать рынок. Монетаристы отстаивают тезис об исключительной внутренней устойчивости капиталистической экономической системы. По их мнению, эта устойчивость как раз и делает ненужным государственное вмешательство в экономику. Монетаристы делают акцент на механизм рыночной конкуренции и ценообразования, которые должны автоматически приводить экономику в равновесное состояние. По их мнению, все противоречия воспроизводства порождаются лишь ошибками и просчетами в экономической политике государства.

В основе концепции чикагской школы лежит количественная теория денег. Она обосновывает, что изменение количества денег, находящихся в обращении, служит главным и определяющим фактором изменений как общего уровня цен, так и денежной оценки. Согласно количественной теории денег скорость их обращения является постоянной, а уровень товарных цен изменяется прямо пропорционально количеству денег в обращении.

Однако появились несоответствия монетаристской теории и экономической действительности. И монетаристы заменили тезис о постоянстве показателя скорости обращения

денег положением о стабильной функции спроса на кассовые остатки денежных средств фирм. А эта постоянная сумма денег допускает существенные колебания скорости обращения денег как в долговременном периоде, так и в течение отдельных фаз капиталистического цикла. Но в целом, как считают монетаристы, отношение между количеством денег в обращении и суммой денежных расходов является весьма стабильным и хорошо предсказуемым показателем.

На основе стабильной функции спроса на кассовые остатки монетаристы выдвинули следующий автоматический механизм восстановления нарушенного рыночного равновесия. Главным является умение экономических агентов приспособиться к меняющимся условиям денежного обращения. Так, увеличение по каким-либо причинам количества денег в обращении ведет к изменению установившейся пропорции между кассовыми остатками и суммой денежных расходов. Чтобы восстановить эту пропорцию, предприниматели начинают усиленно тратить деньги, что влечет за собой повышение спроса на товарных рынках и рост цен. В результате обесценивания денег рыночная экономика приходит к новому равновесию, где увеличившиеся кассовые остатки соответствуют новому, более высокому уровню цен.

Таким образом, по мнению экономистов чикагской школы, устойчивый спрос на кассовые остатки играет роль основного стимула, определяющего динамику воспроизводства. Главный лозунг монетаризма — деньги имеют значение, на практике он дополнительно интерпретируется ими следующим образом — только деньги имеют значение.

Представители чикагской школы выводят циклические колебания воспроизводства из изменений количества денег в обращении. Спады производства они трактуют как результат предшествовавших сокращений количества денег в обращении из-за недальновидной деятельности центрального банка. Несовпадение в динамике производства продукции и денежной массы в обращении (они очень часто подтверждаются статистикой) монетаристы объясняют наличием длительных и непредсказуемых лагов (задержек) между изменением количества денег в обращении и последующими колебаниями объема производимого продукта. Так объясняются любые несовпадения теоретической схемы с реальной действительностью.

На основе лагов в механизме воспроизводства связаны и рекомендации монетаристов в области государственной экономической политики. Они считают, регулирующие мероприятия не должны точно настраиваться на фазы воспроизводства. по оценкам М.Фридмена, лаги при проведении денежно-кредитной политики могут составлять от 5 до 21 мес в условиях циклического спада и от 13 до 24 мес в условиях подъема производства.

Монетаристы отрицают кейнсианские методы экономического регулирования. Они отвергают комплекс бюджетных мероприятий (изменение налоговых ставок и расходов в рамках фискальной политики государства) по причине их малой эффективности. Без регулирующих мер, связанных с выпуском денег в обращение для покрытия бюджетных дефицитов, государственное вмешательство в экономику, по их мнению, оказывается неэффективным. При изменении денежной массы в обращении монетаристы предлагают особую процедуру эмиссии денег — так называемое правило постоянных темпов роста денежной массы. Оно служит главным фактором изменения конъюнктуры рынка. Представители чикагской школы считают, что необходимо увеличивать количество денег в обращении равномерно и постоянно на 3—5% в год. Причем делать это необходимо независимо от состояния конъюнктуры и фаз цикла воспроизводства.

Данный темп, как считают монетаристы, вычислен на основе вековой тенденции изменения денежной массы с учетом длительных темпов изменения скорости обращения денег. В настоящее время данный принцип дополняется предложением о равномерном увеличении денежной массы в обращении темпом, на 1—2 пункта превышающим темп роста производительности труда. По мнению представителей чикагской школы, равномерный прирост количества денег в обращении обеспечит стабильность экономики и устранит циклические колебания производства. В этом особо отчетливо проявляется суть монетаризма.

Монетаристы считают инфляцию чисто денежным явлением. Между тем инфляция имеет многофакторный характер. Она связана как с состоянием денежной системы, так и с экономической политикой государства, а также и с монополистическим ценообразованием.

Чикагская школа выдвинула тезис о наличии некоторого естественного уровня безработицы. Монетаристы считают, что попытки уменьшить безработицу ниже этого уровня неизбежно вызовут инфляцию и диспропорции в экономике.

Поэтому они выступают против расширения гражданских статей государственного бюджета, против увеличения пособий по безработице, против снижения налогов на малоимущих. Монетаристы выступают за свободную игру рыночных сил, положительно оценивают кризисные фазы воспроизводства, которые избавляют производство от убыточных фирм и отраслей, ведут к интенсификации труда и позволяют предпринимателям говорить «на ты» с профсоюзами. Рекомендации монетаристов по проведению дефляционных мероприятий средствами денежно-кредитной и финансовой политики носят открыто антидемократический характер.

В отличие от чикагской школы экономистов, кейнсианство представляет важнейшую теоретическую основу государственного регулирования рыночной экономики. Основателем данной теории является английский экономист Дж.М.Кейнс, долгое время работавший в Кембриджском университете. Предметом исследования кейнсианства являются количественные функциональные зависимости процесса воспроизводства, количественные связи совокупных макроэкономических дисциплин: капиталовложений и национального дохода; инвестиций и занятости населения, национального дохода, потребления и сбережений; совокупного количества денег в обращении, уровня цен, заработной платы, прибыли и процента. Дж.М.Кейнс исходит из примата сферы обращения над сферой производства.

Дж.М.Кейнс сформулировал свою концепцию как общую теорию занятости и связан ее с принципом эффективного спроса, ставшим центральным пунктом системы кейнсианства. Оно исходит из того, что ключевой проблемой воспроизводства являются емкость рынка и возможности его расширения в соответствии с увеличением предложения товаров. Дж.М.Кейнс пришел к заключению, что капитализм утратил механизм автоматического восстановления рыночного равновесия. Необходимо государственное регулирование экономики. На этом пути государство прежде всего должно обеспечить необходимый объем эффективного спроса. Достигается он на основе всемерного увеличения платежеспособного спроса. Недостаток эффективного спроса, согласно учению Дж.М.Кейнса, лежит в основе кризисных явлений, безработицы, недогрузки производственного потенциала, низких темпов роста производства.

В теоретических исследованиях рынка Дж.М.Кейнс исходит из «Догмы Смита», которая связана с отождествлением

стоимости общественного продукта с суммой доходов всех социальных слоев общества. Решающими моментами, определяющими спрос на предметы личного потребления, как считает Дж.М.Кейнс, являются:

— склонность к потреблению. Она понимается как доля национального дохода, идущая в личное потребление. Выделяются две группы факторов, влияющих на склонность к потреблению: 1) субъективные факторы (скупость, расчетливость); 2) объективные факторы (изменение уровня заработной платы);

— объем национального дохода. Он является решающим фактором увеличения потребительского спроса. Изменение потребительского спроса с динамикой национального дохода связывает функция, выраженная Дж.М.Кейнсом в так называемом основном психологическом законе. Психология общества такова, что с ростом занятости и увеличением совокупного дохода общества возрастает и личное потребление, однако в меньшей мере, чем растет доход. В результате образуется сберегаемая часть национального дохода. Она изымается из обращения, и на эту величину относительно сокращается спрос на потребительские товары. С ростом дохода общества предельная склонность к потреблению имеет тенденцию сокращаться. Отсюда следует, что с ростом производства, занятости и национального дохода постоянно возрастают возможности накопления, что решающую роль играет рынок средств производства, а не рынок предметов потребления.

Важнейшей составной частью теории эффективного спроса Дж.М.Кейнса является его концепция мультипликатора. Его количественная определенность уже анализировалась нами. Сейчас же, применительно к концепции мультипликатора, необходимо отметить следующее:

1) данный теоретический подход направлен на поиски количественных зависимостей воспроизводства и выступает как теория эффективности государственных расходов. Они осуществляются с точки зрения воздействия их на объем производства, занятость, доход и рынок предметов потребления. Тем самым государство осуществляет затраты средств для формирования эффективного спроса;

2) теория мультипликатора служит обоснованием концепции происхождения доходов от инвестиций. При этом значение придается потребительскому рынку, являющемуся в отличие от рынка средств производства рынком конечного

потребления. Дж.М.Кейнс моделирует производство как непосредственно подчиненное целям потребления и решающим образом зависящее от склонности к потреблению.

Конечной целью своего анализа Дж.М.Кейнс считает необходимость установить, чем определяется уровень занятости. Занятость рассматривается им как функция эффективного спроса, как обеспечение условий получения небольших прибылей. Однако условия максимизации прибыли и объем занятости далеко не тождественны. Под полной занятостью в кейнсианских работах понимается так называемый нормальный уровень безработицы, а отнюдь не ее полная ликвидация. Данный уровень безработицы находится на уровне 3—6% от общего числа занятых. Он достаточен для выполнения функции стимулирования занятых к высокоэффективному труду. Его и учитывает государство в своих социально-экономических программах развития малого, среднего и крупного бизнеса.

В заключение хочется отметить, что основная работа Дж.М.Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег», как считает М.Блауг, была плохо изложенной книгой, полной двусмысленностей, отклонений от главной темы и многочисленных так и не разработанных проблем (см.: *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело ЛТД, 1994. С. 608). Как считает М.Блауг, золотые слова сказаны по этому поводу П.Самуэльсоном: «Общая теория... ужасно написанная книга, она плохо организована... Она полна иллюзий и путаницы... Сама кейнсианская теория изложена в ней неясно... Вспышки озарений и интуиции перемежаются с нудной алгеброй. Неуклюжие определения внезапно сменяются незабываемым пассажем. Когда ее в конце концов одолеешь, то оказывается, что анализ в ней очевиден и в то же время нов. Короче говоря, это работа гения» (Там же).

Дж.М.Кейнс заложил в своих работах основу анализа инфляции. Вместе с тем он понимал, что инфляция, вызванная давлением спроса, вскоре породит инфляцию издержек вследствие того влияния, какое чрезмерная занятость оказывает на уровень заработной платы. Результатом будет новая ситуация, в которой экономическая политика государства уже не сможет ограничиваться только управлением эффективным спросом. Правительство должно будет вмешаться в процесс, устанавливающий уровень заработной платы, а также во многие другие процессы, обеспечивающие пропорциональное развитие макро- и микроэкономики.

Глава 22. ФИРМА КАК АГЕР ЭКОНОМИКИ. ПРЕДПРИ ДЕЯТЕЛЬ

акроэкономи-
Так как
цию она
часть
потребл
станков
водства
бы
ции,
мен
ство
ет
ов,
е-

22.1. Фирма как основ

В национальной экономике
лионы хозяйствующих субъектов,
получение наибольшей прибыли.
экономические агенты, как частные
ственные хозяйствующие структуры,
нерные организации, банки, страховые
ства, индивидуальные предприятия и товари

Рыночная экономика выдвинула свою, наи
тивную форму организации функционирования
ческих агентов — фирму. Главным действующим
фирмы является предприниматель. В рыночной эко
фирма всегда является производителем и потребителем.
ведение фирмы в сферах производства и обмена опреде
ется многими факторами: ее издержками производства и об
ращения, полезностью ее продукции, величиной постоянного и переменного капитала, ценами на ее продукцию и субституты, ценами на приобретаемые ею сырье и комплектующие изделия, доходами покупателей, приобретающих ее продукцию, состоянием конкуренции на рынке, уровнем равновесия рынка.

Анализ фирмы как экономического агента необходимо осуществлять по двум направлениям:

1) в связи с исследованием и оценкой экономических процессов внутри фирмы с использованием способов математического анализа предельных величин (маржинализм);

2) в связи с воздействием на фирму внешних факторов, включая и экономическую политику государства.

Фирма осуществляет затраты на приобретение всех необходимых ресурсов: финансовых, материальных, трудовых. Все ресурсы она приобретает по равновесным рыночным ценам. Ресурсы входят в фирму, а из нее выходит готовая продукция. Способ соединения труда и капитала на фирме представляет собой технологию. Все факторы производства, задействованные на фирме, являются платными и находятся в собственности.

Так как фирма является рыночным агентом, то продукцию она производит не для себя, а для продажи. Даже когда часть продукции или услуг используется для собственного потребления (часть сельскохозяйственной продукции, часть станков остается на фирмах для нужд собственного производства), все равно она приобретает товарную форму и как бы покупается фирмой по рыночной цене.

Для того, чтобы фирма выполняла свою целевую функцию, ею необходимо управлять. Эту функцию выполняют менеджеры, которые могут быть и собственниками, или акционерами, фирмы. В своей многогранной деятельности менеджеры всегда решают три основных вопроса: что производить? как производить? для кого производить?

Решение этих задач в каждый данный момент может быть осуществлено по многим направлениям. На первый взгляд кажется, производи фирма то, что покупает потребитель, и вопросы ее эффективной деятельности будут решены. Но известно, что главная целевая функция фирмы — это получение максимума прибыли. Поэтому ответ на три вышеназванные вопроса имеет более узкие рамки, чем целевая функция всего общественного производства.

Поэтому при решении этих вопросов управление фирмой охватывает две сферы экономических отношений; с одной стороны, управление производством и поведением фирмы на рынке подчинено экономическим законам общественного воспроизводства, в том числе и товарного производства и рынка; с другой — внутренний механизм управления ею существенно отличается от общественных тенденций движения производства и рынка. Внутри фирмы нет различных собственников, нет миграции капиталов, нет равновесных цен на промежуточную продукцию ее подразделений, нет рыночных отношений («невидимой руки», как писал А.Смит). Управление фирмой является вполне зримым процессом, так как здесь имеет место планирование производства, командное решение вопросов управления на основе экономического анализа и прогнозов.

Эффективным решением этих проблем определяется экономическое поведение и его мотивация на каждой фирме. В этом заключается основа микро- и макроэкономики.

Общественное разделение труда и его кооперация превращают макроэкономику в единый хозяйственный организм. Однако эксперимент, осуществлявшийся на протяжении более 70 лет в России, по превращению макроэкономики в одну огромную фабрику, работающую по единому плану, не удался. Об этом мечтал В.И.Ленин, когда писал: «Все граждане становятся служащими и рабочими одного, всенародного государственного "синдиката"» (*Ленин В.И.* Полн. собр. соч. Т. 33. С. 101).

Макроэкономика является производственной ассоциацией, которая характеризуется наличием экономических связей предприятий, объединений, акционерных обществ, отраслей и регионов. Обобществление макроэкономики и обособление подразделений микроэкономики — это единство противоположностей. Единая макроэкономика предполагает экономическое обособление хозяйствующих субъектов, коммерческую самостоятельность фирм и предпринимателей. Макро- и микроэкономика представляют собой форму проявления взаимосвязей общественного и индивидуального воспроизводства.

Таким образом, макроэкономика выступает как единая и вместе с тем разветвленная система связей. При этом глубина и формы разветвления хозяйствующих субъектов определяются уровнем общественного разделения труда. Исходя из современного уровня общественного разделения труда, структуру макроэкономики можно представить следующим образом:

1-е звено макроэкономики составляют крупные отрасли производства. Ими являются промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт, связь. Крупные отрасли производства сформировались под воздействием общего разделения труда;

2-е — отдельные отрасли внутри крупных отраслей. Например, в промышленности существуют отрасли машиностроения, металлургии, горнорудная, химическая и т. д. В сельском хозяйстве имеются отрасли растениеводства и животноводства. Отдельные отрасли сформировались под воздействием частного разделения труда;

3-е — подотрасли внутри отдельных отраслей. Например, такими подотраслями внутри растениеводства являются производство зерна, овощеводство, картофелеводство, садоводство, виноградарство и т. д. Подотрасли сформировались также под воздействием частного разделения труда;

4-е звено макроэкономики составляют различные фирмы. Они, как правило, имеют сложную структуру, которая

представлена цехами, участками, фермами, отделениями, звеньями, бригадами и т. д. Тем самым фирма органически входит в структуру микроэкономики и составляет ее основу. Фирмы и их подразделения сформировались под воздействием единичного разделения труда.

Фирма является основным организационно-экономическим звеном рыночной экономики. Это объясняется двумя обстоятельствами:

1) фирма — самое динамичное звено в структуре рыночной экономики. Все научно-технические достижения в области технологии, средств производства, предметов труда, передовой производственный опыт находят свое применение и отражение прежде всего на фирмах. Фирма служит базой для всех других звеньев макро- и микроэкономики;

2) фирма является тем фокусом, где сходится все многообразие производственно-технических отношений в макро- и микроэкономике. На фирмах в конкретной форме проявляются законы общественного воспроизводства и рынка.

Фирма выражает единство производственных, социально-экономических и организационно-технических отношений. Она представляет экономическую категорию. И поэтому изучается экономической теорией. Фирму как экономическую категорию характеризует прежде всего то, что в ней происходит соединение рабочей силы со средствами производства. От характера этого соединения зависит тип фирмы. Фирма может быть:

1) частной, если это соединение осуществляется посредством рынка труда и подчинено производству прибавочной стоимости на основе использования наемной рабочей силы;

2) общественной, основанной на непосредственном соединении средств производства и рабочей силы. В этих условиях производство основано на собственных средствах производства и собственном труде товаропроизводителей.

Фирма выражает широкий спектр экономических отношений. Среди них необходимо выделить следующие:

1) отношения между обществом в целом и фирмой. Эти отношения выражаются: а) в доведении фирмам со стороны общества индикативных планов, экономических прогнозов, а иногда и производственных заданий; б) в изъятии в пользу общества части прибавочного продукта фирмы; в) в предоставлении фирмам со стороны государства бюджетных ассигнований и кредитов; г) в регулировании цен на производимую продукцию и закупаемое сырье, д) в определении видов и уровня федеральных и местных налогов;

2) отношения между отдельными фирмами. Они складываются как между предприятиями одной отрасли, так и различных отраслей по поводу закупок техники, сырья, материалов и продажи собственной готовой продукции;

3) отношения между фирмой и ее работниками. Эти отношения охватывают наем работников, организацию труда и его оплату, участие работников в производственных совещаниях, деятельность профсоюзов, материальное стимулирование и премирование работников, продажу квартир и путевок в здравницы, технику безопасности и улучшение условий труда.

Таким образом, какие бы экономические отношения мы не взяли, во взаимосвязи «работник — фирма — общество» ясно видно, что фирма занимает здесь центральное положение. С одной стороны, фирма для работника представляет форму выражения интересов общества. С другой стороны, фирма выступает по отношению к обществу как обобщенное выражение интересов отдельных работников.

Изложенное позволяет дать следующее определение фирмы. Фирма — это организация, преобразующая исходные ограниченные ресурсы в конечный продукт, это юридически самостоятельная форма существования бизнеса, это зарегистрированная предпринимательская единица, обладающая коммерческой самостоятельностью.

Деятельность основного звена микроэкономики в России определяют Закон Российской Федерации «О предприятиях и предпринимательской деятельности» и другие законодательные акты.

Современная фирма может включать одно или несколько предприятий, функционирующих в различных сферах хозяйства. В результатах экономической деятельности фирм отражаются все проблемы микроэкономики. Фирма преобразует исходные ограниченные ресурсы в конечный продукт и затем вступает в отношения обмена на рынке. Здесь можно выделить ряд направлений ее деятельности в рыночном хозяйстве:

— обмен денег на труд наемных рабочих;

— обмен денег на товары и услуги поставщиков;

— обмен товаров и услуг на деньги потребителей;

— обмен денег, выплачиваемых позже, на деньги, полученные сейчас от инвесторов;

— обмен денег, выплачиваемых сейчас, на деньги, которые будут получены позже от должников;

— обмен денег на товары и услуги (на воду, электроэнергию, тепло, уборку территорий, охрану) и государственные акты правительства.

В историческом плане форма основного звена микроэкономики меняется, поскольку зависит от уровня развития производительных сил и характера производственных отношений. По мере углубления общественного характера, повышения уровня обобществления и концентрации производства в качестве основного звена микроэкономики вместо фирмы—предприятия-одиночки все более выступает фирма-объединение, функционирующая на акционерной основе. В состав современной фирмы-объединения могут входить заводы, фабрики, научно-исследовательские, проектные, конструкторские организации, банки, торговые и сервисные предприятия. В результате достигается значительное повышение эффективности функционирования фирмы в виде получения большей прибыли.

На 1 января 1993 г. в России функционировало:

1) в промышленности — 61 075 производственных и научно-производственных объединений, комбинатов и предприятий, в том числе 50 525 предприятий;

2) в агропромышленном комплексе — 8,3 тыс. колхозов; 7,1 тыс. совхозов; 307 акционерных обществ открытого типа; 11 153 товарищества с ограниченной ответственностью и смешанных товариществ; 1973 сельскохозяйственных кооператива; 364 подсобных хозяйства предприятий и организаций; 931 ассоциация крестьянских хозяйств; 258,1 тыс. крестьянских хозяйств; 2,3 тыс. межхозяйственных предприятий и организаций; 20 агропромышленных комбинатов; 56 агропромышленных объединений; 51 агрофирма;

3) в микроэкономике — 146 021 малое предприятие; 43 813 кооперативов; 238 товарных, товарно-сырьевых, товарно-фондовых и фондовых бирж.

22.2. Сущность предпринимательской деятельности

Основы теории предпринимательства заложили еще в XVIII—XIX вв. Ф.Кенэ, А.Смит, Ж.Сэй, а затем она была развита Й.Шумпетером, Ф.Хайеком, А.Чайновым и др.

Предпринимательство (предпринимательская деятельность) всегда являлась одним из важнейших предметов исследований экономической науки, так как предприниматель является главным действующим лицом рыночного хозяйства. И только в Советской России предпринимательство, как род деятельности, многие десятилетия не практиковалось и по идеологическим соображениям предавалось анафеме.

Предпринимательство — это поиск таких комбинаций имеющихся в распоряжении предпринимателя ресурсов (денег, материалов, труда), которые обеспечивают ему получение максимальной прибыли. Целью предпринимательской деятельности является получение прибыли как превышения денежной выручки от реализации продукции над затратами на ее производство и продажу.

Истинный предприниматель — это источник и движущая сила творческой активности и предприимчивости. Много предпринимателей дал малый бизнес. В мелких фирмах, созданных талантливыми и предприимчивыми людьми, появились первые автомобили, самолеты, кондиционеры, фотокамеры мгновенной фотографии, копировальные аппараты, аэрозольные баллончики, пенные огнетушители, застежки-молнии, безопасные бритвы и многие другие широко используемые товары. И сегодня очень много прогрессивных идей рождаются и превращаются в инновацию именно в мелких фирмах, где дух предпринимательства особенно силен.

Предприниматель необязательно является собственником. Наряду с собственником, им может быть и менеджер, и всякий человек, берущийся за дело на свой страх и риск. Фирмы, стремящиеся к развитию, все чаще применяют предпринимательский стиль управления. Она заменяет им бюрократов-менеджеров, или менеджеризм. Многие крупные фирмы стремятся ныне разукрупнить свои подразделения, чтобы дать персоналу и специалистам максимальную свободу для проявления самостоятельности и предприимчивости.

Предпринимательство выросло из мелкого бизнеса. Он и сегодня способствует развитию предприимчивости. Предприниматель в мелком бизнесе ориентирован прежде всего на достижения, а менеджер крупной компании — на обладание властью и престижем. Вложив в собственное дело огромное количество энергии, интеллекта и все свое время, предприниматель в мелком бизнесе часто демонстрирует та-

кой энтузиазм, усердие и преданность своему предприятию, которые очень редко можно наблюдать у менеджеров больших фирм. В связи с этим собственники крупных монополий стремятся придать управлению делами предпринимательские черты.

Предприниматель рассматривает продажу товара как средство общения с потребителем. Цель бизнеса — создать потребителя. Если потребители не удовлетворены, предприниматель меняет весь образ своих действий, всю свою политику и концепцию товара. Он не ограничивается лишь изменениями в процессе продажи.

Таким образом, из изложенного вытекают следующие выводы:

1) субъектами предпринимательской деятельности (предпринимателями) могут быть только граждане и их объединения;

2) предприниматель не тождествен собственнику и менеджеру. Используя заемный капитал, предприниматель может и не быть собственником. А собственник может получать доход от своей собственности, не занимаясь предпринимательством (например, земельную ренту в форме арендной платы, ссудный процент). Менеджер в отличие от предпринимателя не всегда имеет в качестве непосредственной цели своей деятельности получение прибыли (таковым, например, является менеджер — начальник цеха).

В России законодательство определяет предпринимателя как субъекта, деятельность которого нацелена на получение прибыли и ведется им на условии собственной имущественной ответственности. Как видим, сфера деятельности предпринимателя в России тесно переплетена с интересами собственника.

Предпринимателя характеризуют:

1) самостоятельный статус. Он является собственником. Или это лицо, действующее по поручению собственника;

2) цель деятельности. Ее характеризует прежде всего получение прибыли или дохода вместе с социальным эффектом;

3) функции: творческая (выдвижение и реализация коммерческой идеи, связанной с хозяйственным риском), ресурсная (мобилизация информационных, финансовых, трудовых и материальных ресурсов), организационная (соединение ресурсов в оптимальных пропорциях и контроль за их использованием).

Для развития предпринимательства необходимы следующие условия:

1) наличие частной собственности, персонификация отношений собственности. Это открывает возможность под свою ответственность и под свою инициативу принимать решения об использовании имущества, продукции и доходов;

2) стабильность государственной экономической и социальной политики;

3) экономическая свобода производителей и потребителей. Она предполагает самостоятельность выбора способа использования способностей и сбережений, а также хозяйственных агентов;

4) равновесность и открытость рынка. Сюда относятся отсутствия барьеров в движении товаров и услуг, капитала, информации и рабочей силы, возможность приобрести товар по одинаковой для всех цене;

5) формирование гражданского правового общества. Оно включает разделение законодательной, исполнительной, судебной власти и экспертно-контрольных органов, защиту собственности и прав предпринимателей;

6) наличие позитивного общественного мнения относительно предпринимательства;

7) льготный режим налогообложения и кредитования, развитая инфраструктура поддержки предпринимательства;

8) существование эффективной системы защиты интеллектуальной собственности (новаторских идей, концепций и методов деловой активности);

9) дебюрократизация процедур регулирования хозяйственной деятельности со стороны государства (сокращение форм отчетности, облегчение правил регистрации компаний и др.);

10) возможность гарантированного страхования коммерческого риска;

11) свободный выход на внешний рынок.

В нашей стране предстоит практически заново создать теорию предпринимательства переходного к рыночной экономике периода. Сегодня предприниматели России включают четыре разнородных слоя:

1) номенклатура, превратившаяся в акционеров и руководителей совместных предприятий, концернов, ассоциаций и т. п.;

2) специалисты по финансовому, производственному, торговому и научно-техническому менеджменту;

3) фермеры, ремесленники, кооператоры, арендаторы;

4) бывшие «цеховики» и дельцы теневой экономики, скупающие приватизируемое имущество, в том числе магазины и мастерские, где они были практически владельцами.

Объектом предпринимательства сегодня является не только производственная, но и инновационная, торгово-закупочная, посредническая деятельность, операции с ценными бумагами. Расширяется бесприбыльное предпринимательство, особенно в сфере экологии, культуры, здравоохранения, социального обеспечения и образования.

Таким образом, современное предпринимательство нельзя сводить лишь к усилиям изолированных частных собственников любыми средствами приумножить свой капитал. Сегодня речь идет о высококвалифицированном труде распорядителей интеллектуальной и материальной собственности по организации цикла маркетинг—разработка—производство—сбыт—сервис.

По формам собственности, организации и содержанию деятельности можно выделить девять основных видов предпринимательства:

1) частное с полной имущественной ответственностью физических лиц (фермеры и ремесленники без постоянного применения наемного труда);

2) партнерское либо частное с образованием юридического лица и ограниченной ответственностью (малые предприятия, товарищества, кооперативы, как правило, использующие наемный труд);

3) подрядное и арендное (собственность на результаты труда и доходы, распоряжение имуществом);

4) народное (собственность трудового коллектива на имущество, продукцию и доходы);

5) акционерное (собственность владельцев акций, включая сторонние организации и предприятия);

6) инновационное (на базе интеллектуальной собственности);

7) паевое (для работников в собственности на основе участия в прибылях государственных предприятий);

8) по контракту (на базе договора менеджера или администрации в целом с собственником предприятия);

9) финансовое (операции с ценными бумагами, а том числе поручаемые финансовым и страховым компаниям, без обязательного личного участия в труде и управлении).

При таком многообразии форм в предпринимательстве может участвовать большая часть населения (в Японии и США до 50—60%), а не только особый класс частных собственников (его численность обычно не превышает 6—7%).

Интересы предпринимателей и наемных рабочих различны. Поэтому они выражаются профсоюзами (защищают интересы рабочих), союзами арендаторов, союзами акционеров, союзами фермеров, союзами малых предприятий. Государственное регулирование способно согласовать эти интересы на основе тарифных соглашений, социальных, экологических и экономических нормативов, правил предупреждения и разрешения конфликтов.

Предпринимательство — форма выражения и развития личности человека, его способностей и потребностей. Социальные потребности людей определяют их стремление к экономической свободе. По мере выхода из нищеты предприимчивость человека все теснее связывается с состязательностью, желанием привлечь к себе внимание, заслужить признание в обществе.

Свобода, состязательность и ответственность предполагают неравенство в положении работников, их иерархию, основанную на различии способностей и, как следствие, результатов труда. Этот естественноисторический принцип не может быть отменен никакой общественной формацией.

В нашей стране была предпринята попытка создания нового человека путем ограничения его экономической свободы и замены внутренней мотивации внешними стимулами, организуемыми государством. Это привело к деградации личности, к превращению самодеятельных работников в безответственных люмпенов, ожидающих указаний и материальных благ от начальства. Для них характерны имитация труда, однообразие потребностей, неприятие тех, кто хочет и умеет работать, проявляет инициативу, активность не в производстве, а в распределении того, что создано другими. При этом складывается новая иерархия, но не на базе состязания в труде и экономическом мышлении, а на основе властных привилегий, близости к начальству, центрам распределения и теневой экономике.

Гарантом экономической свободы и ответственности является частная собственность.

Предпринимательство связано как с общими (интеллектуальными, творческими, физическими), так и со специальными (к определенным видам хозяйственной деятельности) способностями личности. Способностями к частному предпринимательству обладает лишь 5—7% работников. Другие формы предпринимательства доступны любому свободному человеку. Степень предприимчивости определяется следующими факторами:

1) социальным типом экономического мышления (сейчас преобладает коммерческое мышление, а не перспективное экономическое);

2) национальными особенностями;

3) действующим хозяйственным механизмом;

4) индивидуальной структурой личности.

Долгое время советская экономическая теория игнорировала личностные основы экономического поведения. Проявилось исключительное невнимание к той производительной силе, которую сами классики марксизма назвали главной.

Между тем А.Смит, А.Маршалл, Дж.М.Кейнс, Й.Шумпетер, М.Вебер, Д.Гэлбрейт, многие русские философы и экономисты начала XX в. понимали, что учение об экономических законах и категориях не может служить руководством к практической деятельности без исследования хозяйственных способностей, социально-психологических и этносоциальных основ экономического поведения, мотивации труда и потребления, восприятия различных форм собственности и хозяйствования.

Наибольшей предприимчивостью в России отличались выходцы из свободных крестьян, старообрядцы и баптисты, а среди нерусских национальностей — армяне, немцы, татары, азербайджанцы и евреи. Эти традиции во многом утрачены.

Предпринимательство требует развития определенных черт личности, отражающих скорость приобретения знаний и адаптации к новым условиям. К ним относятся:

1) целеустремленность (оптимизм, готовность к напряженному труду и ограничениям в жизни ради процветания своего дела, настойчивость, воля);

2) глубина экономического мышления (способность объективно и оперативно оценивать события и взаимосвязи, отделять главное от второстепенного, прогнозировать тенденции развития);

3) инициативность (способность принимать собственные рискованные решения при неполной информации);

4) инновационная активность (готовность и умение обновлять продукцию, технологию, организацию производства и управления, преодолевая инертность мышления);

5) организаторские качества (способность привлекать к себе людей, находить компромисс с партнерами, быть пунктуальным и обязательным);

6) бережливость (умение мобилизовать, рационально распределять и экономно расходовать ресурсы);

7) ответственность перед обществом, партнерами и работниками (верность слову, честность в отношениях);

8) психологическая устойчивость (чувство собственного достоинства, самообладание).

Эти качества определяют предпринимательскую культуру как часть экономической культуры общества.

Для развития предпринимательства в России нужна специальная программа, которая должна включать:

1) создание стабильного хозяйственного законодательства;

2) образование государственно-общественных инвестиционных, страховых и информационных фондов для содействия предпринимателям;

3) построение региональной рыночной инфраструктуры (учебные, консультационные, сертификатные центры);

4) введение соответствующего налогового, валютно-ценового и антимонопольного регулирования, которое сделало бы невыгодным обман партнеров.

22.3. Формы предпринимательской деятельности. Малый и средний бизнес

В практике производственно-коммерческой деятельности сложились следующие организационно-правовые формы предпринимательства:

1) индивидуальное предпринимательство. Оно основано на индивидуальной или семейной собственности предпринимателя. Различия между капиталом и личным имуществом предпринимателя не проводятся. Имущественная ответственность распространяется на все имущество предприни-

мателя независимо от его включенности в капитал. В России выделяют две формы индивидуального предпринимательства:

— индивидуальная трудовая деятельность. В данном случае предпринимательство основано исключительно на собственном труде предпринимателя и членов его семьи;

— индивидуальное (семейное) частное предприятие. Здесь используется труд наемных работников. Предприятие обязательно регистрируется и несет ответственность, ограниченную имуществом предприятия, а не полную ответственность всем имуществом как при индивидуальной трудовой деятельности.

В случае организации крестьянского хозяйства регистрация его в качестве предприятия обязательна независимо от применения наемной рабочей силы;

2) товарищества. Они представляют форму предпринимательской деятельности, основанной на объединении (паевом, долевом) имущества разных собственников. Как правило, это небольшие компании, в которые паи вносятся в любой форме и при выходе изымается в той же форме, в какой были внесены. Все члены лично участвуют в делах товарищества.

Паи в товариществе играют двоякую роль. Во-первых, полученная товариществом прибыль после уплаты налогов и выделения фонда накопления распределяется пропорционально паям между участниками товарищества. Во-вторых, на собраниях решения принимаются большинством голосов, количество которых у каждого участника также пропорционально его паю.

Как правило, товарищества представляют собой закрытые общества. Смена собственников паев происходит лишь с согласия большинства участников товарищества.

По степени имущественной ответственности товарищества подразделяются на:

— полные товарищества, или товарищества с неограниченной ответственностью. Предпринимательство осуществляется в них на принципах полной и солидарной ответственности. Полная (неограниченная) ответственность означает, что участники товарищества отвечают по всем обязательствам товарищества всем своим имуществом независимо от того, включено это имущество в капитал или нет, в том числе и личным имуществом. Солидарная ответственность означает, что каждый член товарищества отвечает всем своим имуществом независимо от того, принимал он участие в сделке или нет. Тот, кто предъявляет имущественные претензии, вправе сам выбрать, кто из членов товарищества должен их удовлетворить. Полное товарищество предусматривает высокий уровень доверия друг к другу всех его участников. Поэтому круг участников такого товарищества ограничен. Российское законодательство, как и других стран, предусматривает употребление в названии такого товарищества имени хотя бы одного из участников. Если их много, то в названии добавляется сокращение *and Co* (англ.), *et So* (фр.), *und Co* (нем.),

— товарищества с ограниченной ответственностью. Это гораздо более распространенный вид товарищества. В этом случае имущественная ответственность, возникшая по обязательствам, распространяется лишь на капитал этого товарищества. Каждый участник товарищества рискует потерять лишь свой пай. Это и позволяет говорить только об ограниченной ответственности,

— смешанные товарищества. Часть членов вошла в такие товарищества на основе полной ответственности (полные члены), а другая — на основе ограниченной ответственности (члены-вкладчики). Имущественная ответственность распространяется только на вклад, внесенный участником в капитал товарищества. Право голосования по делам товарищества имеют только полные члены;

3) акционерные общества. Они образуются также путем объединения на паевой основе средств участников (акционеров) и относятся к компаниям с ограниченной ответственностью. Акционеры отвечают по своим обязательствам только собственным капиталом, внесенным в акционерное общество. (Товарищество ограничивает развитие дела, поскольку есть возможность изъять пай в той форме, в какой он был внесен. Скажем, один из участников товарищества предоставил в качестве своего пая помещение, в котором идет производство. Изъятие им помещения будет означать прекращение самого производства.) Капитал акционерного общества образуется в денежной форме и разбивается на равные по своей номинальной величине и неделимые паи. Последние представлены в виде ценных бумаг — акций. Если пай изымается из акционерного общества, то осуществляется это в денежной форме. Выход из общества какого-то уча-

стника не приводит к остановке производства. Уменьшается лишь денежный капитал общества, восполнить который легче, чем имущество. Различают два вида акционерных обществ:

— закрытые акционерные общества. Они представляют свой капитал в виде акций. В остальном они ничем не отличаются от товариществ с ограниченной ответственностью. В названии закрытых акционерных обществ используются обозначения: *Ltd, Corp, Inc* (англ.); *S.A.R.L.* (фр.); *GmbH* (нем.),

— открытые акционерные общества. Они отличаются свободной продажей акций их владельцам. Число акционеров в этих обществах бывает очень большим;

4) государственное предпринимательство. В каждой стране в экономике имеется государственный сектор экономики, что представляет общую черту современного рыночного хозяйства. Его образуют предприятия, находящиеся либо полностью в собственности государства, либо под его контролем через владение контрольным пакетом акций. В разных странах доля этого сектора различна: от 3—4% в США до 15—17% валового национального продукта в Западной Европе. В Государственном секторе оказываются, как правило, низкоэффективные или даже убыточные предприятия, которые нерационально использовать в рамках частнопредпринимательской деятельности. С целью поддержки предприятий, от которых отказываются частные предприниматели, государство иногда их национализирует. Таким образом, в условиях ухудшения экономической ситуации государственный сектор увеличивается. Государство как бы берет на себя проблему вывода экономики из кризиса, сохранения научно-технического потенциала, задачи технического и технологического перевооружения предприятий. Наоборот, при благоприятной экономической ситуации государственный сектор уменьшается. Государство в большей мере опирается на частную инициативу, сосредоточивает свои усилия в данной ситуации на решении социальных и других задач. В России предприятия государственного сектора экономики подразделяются на:

а) федеральные. К ним относятся те предприятия, имущественные права на которые принадлежат Государственному комитету по управлению госимуществом,

б) государственные. Это те предприятия, имущественные права на которые переданы Комитетам по управлению имуществом республик в составе России, национально-административных образований, краев, областей, г.Москвы и С.-Петербурга,

в) муниципальные. К ним относятся те предприятия, имущественные права на которые переданы Комитетам по управлению имуществом районных и городских властей.

Правовой режим государственных предприятий распространяется и на фирмы иных форм собственности, если доля государственного имущества в их капитале более 50%. Наличие государственного сектора в экономике, наряду с государственным регулированием, позволяет назвать современную рыночную экономику смешанным рыночным хозяйством.

Важными формами предпринимательства являются малый и средний бизнес. Он еще называется малым предпринимательством.

Развитие малого бизнеса стало одним из ключевых факторов экономического роста во многих развитых странах. Доля малых и средних фирм составляет от 80 до 99% в общем числе предприятий. Они обеспечивают производство около 50% валового национального продукта страны. Мобильность малых предприятий делает их основным проводником научно-технического прогресса.

Например, японские специалисты считают, что именно развитие малого предпринимательства позволило превратить страну за период после второй мировой войны в одну из богатейших стран мира. В 1986 г. только в обрабатывающей промышленности Японии функционировало 6,5 млн. малых и средних предприятий, или примерно 99% от их общего числа. На них работало 40 млн. человек, что составляет 81% от численности работающих.

Концерны и другие крупные предприятия представляют лишь «вершину айсберга» экономики Японии. При этом крупный и малый бизнес не столько конкурируют между собой, сколько дополняют друг друга. Они просто разделили сферы деятельности.

В ряде отраслей Японии малый бизнес является преобладающим: в обувной, швейной и галантерейной промышленности, в производстве лекарств, комплектующих изделий и конструкций, в розничной торговле, в сфере услуг, в послепродажном обслуживании производственной и бытовой техники.

В США малый бизнес также получил широкое развитие особенно в последние годы. Он представляет собой совокупность малых и средних фирм с численностью работающих до 50 человек. Эти фирмы составляют 99% всех американских фирм. Основная масса — это мельчайшие, чаще всего семейные или частные предприятия. В 87% таких фирм работает не более 20 человек, в 80% — менее 10 человек. В конце 80-х годов в США отмечался необычный рост малых фирм. В 1988—1989 гг. ежегодно их возникало 1 млн. и 1,3 млн. соответственно, а в предыдущие годы — около 600 тыс. новых предприятий.

Мелкие и средние фирмы производят 40% валового национального продукта США, в том числе в обрабатывающей промышленности — 21%, в строительстве — 80, в оптовой торговле — 86, в сфере обслуживания — 81%. В экономике США они обеспечивают создание и освоение около половины всех нововведений, относящихся к сфере научно-технического прогресса. На 1 долл затрат ими внедряется в среднем в 17 раз больше нововведений, чем крупными фирмами.

В чем же главные преимущества малого предпринимательства и почему оно получило такое широкое развитие в большинстве стран? Это объясняется следующими причинами:

1) мелкосерийное производство может быстро реагировать на изменения рыночного спроса. Для крупного предприятия переход на новую технологию или продукцию сопряжен со значительными затратами и потерями в объемах производства и доходах. Крупных предприятий в нашей стране большинство. Они являются монополистами. Уровень их продукции в последние годы стал резко отставать от мирового. Они всегда могли сбыть продукцию любого качества. Небольшие же предприятия без особых осложнений могут переналадить свое производство на новую продукцию. Они, собственно, этим и занимаются. В этом и заключается их путь. Иначе они обанкротятся (шариковые ручки, туфли, рубашки-водолазки, майки с аппликациями);

2) малое предпринимательство способствует развитию предприимчивости, практически дает возможность каждому человеку проявить себя, воплотить свои идеи в жизнь. Это, по мнению японских специалистов, и дало возможность быстрого развития экономики страны. В нашей стране ориентация на крупные предприятия с замкнутой системой производства, сосредоточившей в себе все от проектирования до изготовления, не способствовала развитию инициативы. В большинстве случаев инициативные люди с интересными идеями, попадая на такие предприятия, постепенно мирятся с тем, что они всего лишь «винтики» в этом огромном механизме. И должны они выполнять только то, что им определено разного уровня руководителями;

3) развитие сети малых предприятий позволяет широко использовать местные сырьевые ресурсы, а во многих случаях и отходы производства. Крупному предприятию заниматься такими мелочами нет времени. Прибыль от этих дел будет составлять незначительную величину от ее общей суммы. Создание же малых предприятий значительно повышает эффективность использования ресурсов;

4) на малых предприятиях значительно меньше накладные расходы, чем на крупных, минимален аппарат управления. У нас же руководители даже небольших государственных предприятий окружают себя заместителями, помощниками, секретарями. Нужны не только серьезные изменения в системе организации и оплаты труда, но и в психологии как руководителей, так и членов коллектива;

5) малые предприятия имеют меньшую капиталоемкость, чем крупные, и, соответственно, быстрее окупают вложенные в них средства. Стремление строить в основном крупные предприятия в нашей стране привело к тому, что незавершенное строительство у нас составило 100% всех годовых капиталовложений. Это стало одной из главных причин дефицита государственного бюджета. От этих средств нет никакой отдачи. Строительство же малых предприятий, особенно с использованием стандартных блочных конструкций, может составлять всего несколько месяцев. И максимум через год они могут начать выпуск продукции. Окупаемость таких предприятий вполне может укладываться в один, максимум два года с момента ввода в действие;

6) развитие малого предпринимательства создает благоприятный климат для интенсификации труда. В большом коллективе очень просто, работая в полсилы, получать заработную плату на одинаковом уровне со всеми. Отсюда возникает уравниловка в оплате труда, которая приводит к тому, что и хорошие работники начинают снижать интенсивность своего труда. На малом предприятии все на виду.

Можно оценить вклад каждого в конечный результат. В зависимости от этого дифференцируется и оплата труда. Это становится одним из главных рычагов интенсификации труда;

7) развитие сети малых предприятий может максимально снизить уровень безработицы. Малый и средний бизнес создает новые рабочие места. Переход к рынку в нашей стране неизбежно приведет к свертыванию ряда производств, в ряде случаев к банкротству предприятий. Возрастет безработица. Число безработных может составить 20 млн. человек. В США малые предприятия обеспечивают в среднем две трети прироста рабочих мест.

Одной из важнейших особенностей малого и среднего бизнеса является его неустойчивость. Значительное число малых и средних предприятий становится банкротами, особенно в первые пять лет работы. Поэтому важной задачей правительства является придание стабильности развитию малой экономики. В этих целях деятельность малых и средних фирм обеспечивается законодательно:

1) в законах формулируется политика правительства в отношении малого бизнеса;

2) устанавливаются основные направления ее проведения;

3) определяются и создаются органы, отвечающие за осуществление этой политики.

Например, в США для поддержки малого бизнеса правительством создано специальное агентство, называемое Ассоциацией малого бизнеса (АМБ). Оно находится под общим надзором и руководством президента США. Штат администрации АМБ составляет 4 тыс. человек. Основная задача АМБ — помочь людям организовать свое дело, закрепиться в бизнесе, получить федеральные контракты, защитить интересы мелких предпринимателей. АМБ организует финансовую поддержку малых и средних предприятий, оказывает управленческую, техническую, информационную и другие виды помощи, разрабатывает конкретные программы содействия малому бизнесу, ежегодно представляет Президенту и Конгрессу США отчет о своей деятельности.

Основными формами малого предпринимательства в нашей стране являются:

1) малые (мелкие) предприятия. МП — это не просто небольшая хозяйственная единица, это принципиально новый хозяйственный тип в экономической системе нашей страны. Для МП характерно соединение черт государственного предприятия и кооператива;

2) мелкие кооперативы. Они должны стать ядром сектора малого предпринимательства;

3) индивидуально-трудовая деятельность и трудовые артели. В нашей экономике необходимы и трудовые артели, осуществляющие коллективную деятельность на правах частных лиц;

4) мелкие инновационные предприятия (МИП). Необходимо развивать деятельность малых фирм в научно-технической области;

5) товарищества с ограниченной ответственностью. В этих случаях могут быть предприятия как мелкого, среднего, так и крупного бизнеса.

Анализ успешно работающих малых фирм показывает их такое важное преимущество, как эффективное использование потенциала сотрудников, что является затруднительным в больших фирмах. В связи с этим можно сформулировать следующие характеристики эффективной малой фирмы:

1) осознание каждым работником целей деятельности компании;

2) разработанность системы мотиваций групповой деятельности, через которую реализуются цели фирмы;[4]

3) организационное единство, обеспечиваемое как авторитетом руководителя, так и решениями коллектива;

4) действенный механизм взаимодействия и взаимозависимости между членами коллектива;

5) ориентация отношений в коллективе на трудовое сотрудничество;

6) высокая профессиональная подготовленность работников, постоянное совершенствование мастерства;

7) широкое совмещение профессий;

8) нацеленность всех членов трудового коллектива на творчество, рационализаторство;

9) систематическое продвижение способных организаторов;

10) привитие новым работникам традиций и ценностей данного коллектива;

11) обеспечение психологической совместимости членов хозяйственной группы;

12) постоянное поддержание чувства «единой семьи».

Для успешной деятельности малой фирмы важно определить ее экономическое пространство, т. е. сферу ее деятельности. В этом плане особое значение имеет выявление оптимального соотношения между малыми и крупными компаниями в отдельных сферах экономики. При этом малые фирмы могут играть как относительно самостоятельную, так и дополняющую роль по отношению к крупным компаниям.

22.4. Трудовой коллектив и его социально-экономические функции. Хозяйственное самоуправление

Трудовой коллектив представляет собой совокупность работников, кооперированных для достижения определенных целей их совместной трудовой деятельности. Трудовой коллектив является первичной ячейкой микроэкономики. К числу его основных форм следует отнести звено, бригаду, цех, отряд, артель, коллектив колхоза, совхоза, предприятия, фирмы, объединения, концерна.

Понятия основного звена микроэкономики и трудового коллектива взаимосвязаны, но не являются тождественными. Между ними существуют качественные и количественные различия.

Касаясь качественного различия, следует отметить, что функции трудового коллектива в производственной деятельности необходимо определить как направляющие и контролирующие, как исходные и первичные. В то время как функции фирмы (предприятия) являются исполнительными, обеспечивающими условия ее коммерческой деятельности.

Между этими понятиями существуют и количественные различия. В составе основного звена микроэкономики, как правило, функционируют несколько трудовых коллективов. Например, в производственном кооперативе всегда есть несколько отделений, бригад, ферм, звеньев, являющихся трудовыми коллективами.

Трудовой коллектив объединяет усилия работников для выполнения стоящих перед ними различных задач: производственно-экономических, технических, социально-культурных, научных, внешнеторговых.

Трудовые коллективы всегда возникают и функционируют на базе определенной формы собственности. Они могут работать на основе частной, государственной, кооперативной, личной собственности. Трудовые коллективы различают и по другому признаку — по их месту в системе общественного разделения труда. В связи с этим выделяют трудовые коллективы в сфере материального производства, в сфере нематериального производства (медицина, просвещение, наука), в непроизводственной сфере (культура, обслуживание, быт).

Трудовой коллектив должен быть воплощением подлинного коллективизма, обеспечивать гармоничное сочетание личных, коллективных и общественных экономических интересов. Им должен быть чужд мнимый, иллюзорный коллективизм, а также индивидуализм.

Трудовой коллектив выполняет две важнейшие функции:

1) производственно-экономическую. Ее осуществление обеспечивает выполнение производственных задач, совершенствование техники и технологии производства, повышение качества продукции, выявление и реализацию резервов роста производительности труда, привлечение работников к управлению производством. Отсюда можно сделать вывод, что трудовой коллектив представляет ведущую экономическую силу общества;

2) социальную. В этом направлении коллектив обеспечивает рост культурно-технического уровня работников, создает условия для оптимального воспроизводства рабочей силы, обеспечивает рост благосостояния и духовного развития работников. В результате формируется социальная инфраструктура фирмы — жилой фонд, детские учреждения, школы, дома отдыха, комбинаты бытового обслуживания, призванные реализовать данную функцию.

Социально-экономическая функция определяет основные черты трудового коллектива. Среди них необходимо выделить:

1) единство основных целей всех членов трудового коллектива;

2) сотрудничество и ответственность в работе;

3) участие работников в решении вопросов жизни коллектива.

В условиях рыночной экономики роль и значение трудовых коллективов значительно возрастают, что обусловлено:

1) требованиями научно-технического прогресса и технической реконструкции фирм; 2) необходимостью прогрессивного развития всех отраслей и сфер экономики; 3) концентрацией и увеличением объемов производства; 4) совершенствованием экономических методов управления экономикой; 5) последовательной реализацией трудовым коллективом целевой функции фирмы — получение наибольшей прибыли; 6) проводимой реформой и усложнением функций управления макро- и микроэкономикой.

Возрастанию роли трудовых коллективов в России способствует осуществляемая демократизация общества. Она проявляется в широком привлечении трудящихся к управлению делами фирмы, к участию в хозяйственных делах, в активизации профсоюзных, молодежных и общественных организаций работников. Повышение социально-экономической активности работников в коллективах связано с материальным стимулированием. Его уровень зависит от двух факторов:

1) от конечных результатов работы коллектива в целом;

2) от индивидуальных достижений каждого члена коллектива.

Соотношение этих факторов для различных трудовых коллективов, как правило, бывает различным. Усиливается экономическая ответственность как всего коллектива, так и его работников за нерациональное хозяйствование, нарушение договоров, недостаточный технический уровень производства, огрехи в управлении. Особая роль в превращении каждого работника в хозяина, в укреплении прав предприятий принадлежит развитию самоуправления трудовых коллективов. Самоуправление способствует углублению личной заинтересованности, стимулирует инициативу, смекалку и энергию каждого работника, воспитывает ответственность за дело фирмы, за ее удачи и просчеты. Как правильно понять, что такое самоуправление, какова его сущность?

Сущность самоуправления состоит в наделении органов управления фирм, трудовых коллективов определенными экономическими правами с сохранением контроля над их деятельностью со стороны государства.

Самоуправление является общей экономической категорией. Оно возникло одновременно с образованием государства. Самоуправление было известно в рабовладельческом и феодальном способах производства.

Начало широкому развитию самоуправления положили буржуазные революции в Англии (XVII в.) и Франции (XVIII в.). Они выдвинули требование об обязательном участии народа в управлении делами своего города, общины, местности. Однако, одержав победу, буржуазия стала резко ограничивать права органов самоуправления народа, опасаясь их борьбы против буржуазного государства.

В начале XX в. в России органами самоуправления были городские думы, земства, сельские общины. В ряде государств (Франция, Италия, Бельгия) органами самоуправления являются муниципалитеты, в Англии и США — советы графств, советы сити, мэрии городов. В настоящее время местное самоуправление в развитых странах почти везде является зависимым от центральной власти государства, а экономически — от крупных фирм и монополий. Органам самоуправления предоставляется, как правило, решать второстепенные вопросы местного значения. Несобственники ведут борьбу за восстановление демократических прав органов самоуправления, поскольку они обеспечивают строительство дешевых квартир, детских площадок, школ, поддержку безработных, престарелых.

В Советской России отношение к самоуправлению было весьма критическим и негативным. Подвергалось критике развитие процессов самоуправления в Югославии. В 90-х годах XX в. самоуправление получило право гражданства и в нашей обществе.

Самоуправление охватывает широкий круг общественных отношений. Оно находится в граничащих областях базиса и надстройки. Перспективу перехода к самоуправлению не следует связывать с утопической идеей безгосударственной организации общества. Самоуправление — это реальность современного общественно-государственного устройства.

Самоуправление предполагает непосредственное соединение производительного труда с трудом управленческим. Самоуправление — это система, основанная на все возрастающем включении работников и их коллективов в процесс управления. Тем самым ставится задача, чтобы управление осуществлялось в интересах всех членов общества и становилось все более их непосредственным делом.

Таким образом, как демократическая система управления, самоуправление функционирует: во-первых, для всего

народа, в его интересах; во-вторых, через всех членов общества, при их непосредственном и решающем участии.

Вместе с тем нельзя противопоставлять самоуправление центральной власти государства. Самоуправление — это не анархо-синдикализм. Развитие самоуправления в современной России (земства, волости, думы) не является альтернативой центральной власти. Развертывание самоуправления — это развитие форм и методов прямого участия всего народа в решении государственно важных вопросов.

В экономике России решительно раздвигаются границы самостоятельности фирм и объединений. Осуществляется процесс приватизации государственных предприятий. Начинает работать рынок и коммерческий расчет. В этих условиях углубление самоуправления нередко отождествляется с процессом усиления самостоятельности предприятий.

Между данными процессами существует взаимосвязь, но они не являются тождественными. Самостоятельность является предпосылкой самоуправления трудовых коллективов. Но расширение самостоятельности не ведет само по себе к действительному вовлечению масс в процесс управления производством. Например, передача части управленческих функций от министерства к предприятию еще не означает, что они уже легко освоены работниками данного предприятия.

Самоуправление в трудовых коллективах предполагает, наряду с расширением самостоятельности, создание специальных форм вовлечения работников в процесс управления. Выделяют следующие формы и методы вовлечения работников в управление производством:

1) придание трудовым коллективам и их органам императивных функций (повеление, требование, приказ, закон), а не только выполнение ими совещательных функций;

2) усиление участия членов трудовых коллективов в решении кадровых вопросов. Это достигается на основе широкого применения принципа выборности руководителей предприятий, объединений, производств, цехов, отделений, участков, ферм, звеньев, а также мастеров и бригадиров;

3) расширение гласности и информированности всех работников. Это достигается путем постоянного проведения производственных совещаний.

Основной формой осуществления самоуправленческих функций работников (эффективность ее до конца не исследована) является общее собрание (конференция) трудового коллектива. Оно может решать следующие вопросы:

1) избирает руководителя предприятия, совет трудового коллектива, заслушивает отчеты об их деятельности;

2) рассматривает и утверждает планы экономического и социального развития предприятия, направления повышения производительности труда и эффективности производства;

3) одобряет коллективный договор и уполномочивает профсоюзный комитет подписать его с администрацией. Принимает разнообразные обязательства и правила внутреннего трудового распорядка;

4) рассматривает другие важные вопросы, например, необходимость приватизации и акционирования предприятия.

Углубление самоуправления не ограничивается только деятельностью трудовых коллективов. Оно проявляется и в других формах. Следует выделить прежде всего повышение роли местных органов власти, развивающих местное территориальное самоуправление. В результате общих самоуправленческих усилий достигается использование всех местных возможностей и резервов, координация деятельности всех местных трудовых коллективов и фирм.

Глава 23. КРУГООБОРОТ И ОБОРОТ КАПИТАЛА ФИРМЫ

23.1. Функциональные формы промышленного капитала. Кругооборот капитала фирмы

Материальной основой рыночных отношений служит промышленный капитал фирмы. Фирма располагает материальными и денежными средствами, которые обслуживают процесс производства и обращения.

В каждый данный момент фирма имеет промышленный капитал в трех функциональных формах: в денежной, про-

изводительной и товарной. В каждой из них капитал выполняет определенные функции. Функциональными формами они являются потому, что денежный, производительный и товарный капиталы не являются самостоятельными видами капитала, а представляют собой только формы (части) промышленного капитала фирмы.

Денежный капитал необходим фирме для закупки средств производства и рабочей силы. Он выступает в виде свободных денежных средств, необходимых фирме для непрерывного поддержания процесса производства и обращения товаров. Функция денежного капитала состоит в подготовке условий для производства прибыли.

Производительный капитал — это стоимость средств производства и рабочей силы, находящихся в процессе производительного потребления. Функция производительного капитала состоит в производстве прибыли для фирмы.

Товарный капитал представляет собой созданную, но еще не реализованную продукцию фирмы. Его функция состоит в реализации товаров и получения прибыли фирмы.

Каждая функциональная форма промышленного капитала закреплена за определенным местом в фирме. Денежный капитал находится в кассе фирмы. Отсюда он извлекается для покупки средств производства и рабочей силы. Производительный капитал находится на складах, откуда товары систематически выходят в сферу обращения и куда они постоянно поступают из производства.

Промышленный капитал во всех трех функциональных формах является вещественным носителем рыночных отношений. Прежде чем начать производство, фирма в сфере обращения на деньги (Д) приобретает необходимые ей средства производства (Сп) и рабочую силу (Рс). В процессе производства (П) средства производства и рабочая сила создают товар (Т). Затем этот товар реализуется в сфере обращения, и его стоимость вновь приобретает форму денег. Отсюда ясно, что промышленный капитал фирмы находится в постоянном движении, превращаясь из одной функциональной формы в другую. Он последовательно проходит три стадии: обращения, производства, обращения.

Последовательное прохождение капиталом трех стадий и превращение его из одной функциональной формы в другую вплоть до возвращения в первоначальную форму называется кругооборотом капитала.

Каждой функциональной форме капитала соответствует своя фигура кругооборота капитала фирмы. Они последовательно могут быть охарактеризованы так:

1) фигура кругооборота денежного капитала. Если начальный и заключительный пункты кругооборота капитала выступают в денежной форме, то это фигура кругооборота денежного капитала фирмы. Она может быть представлена следующим образом:

$$Д — Т \begin{cases} Сп \\ Рс \end{cases} \ldots П \ldots Т' — Д'. \qquad (23.1)$$

Кругооборот денежного капитала состоит из трех стадий. 1-я стадия кругооборота протекает в сфере обращения. Важно отметить, что не форма акта Д — Т, а его материальное содержание делает этот акт первой стадией кругооборота капитала. Деньги служат капиталом не потому, что вообще бросаются в обращение. Например, деньги, на которые предприниматель покупает предметы потребления, не являются капиталом. Деньги служат капиталом потому, что они затрачиваются на покупку специфических товаров — средств производства и рабочей силы, служащих средством извлечения прибыли. При завершении первой стадии кругооборота стоимость, первоначально авансированная фирмой в денежной форме, приобретает натуральную форму производительного капитала. Теперь она может использоваться как самовозрастающая стоимость, т. е. как стоимость, приносящая прибавочную стоимость. 2-я стадия кругооборота представляет процесс производства. Точки в фигуре кругооборота свидетельствуют, что процесс обращения прервался и что движение капитала далее протекает в сфере производства. На этой стадии происходит соединение рабочей силы со средствами производства. Эта стадия является решающей. Начинается процесс производства, в ходе которого создаются товар и прибавочная стоимость. Производительный капитал превращается в товарный капитал. Вновь произведенный товар (Т′) отличается от товаров, купленных фирмой на первой стадии кругооборота. Он отличается не только с качественной стороны, т. е. по своим свойствам и внешней форме, но и большей стоимостью, так как включает в себя

стоимость прибавочного продукта (прибавочную стоимость), созданную в процессе производства. Этот товар (Т′) не просто товар, он принимает форму товарного капитала. На 3-й стадии кругооборота капитал снова вступает в сферу обращения. На этой стадии осуществляется реализация товаров (Т′ — Д′). Товарный капитал снова превращается в денежный, вернувшись к первоначальной форме. На этой стадии впервые вступает в обращение прибавочная стоимость. Она меняет товарную форму на денежную. Кругооборот денежного капитала совпадает с общей формулой кругооборота капитала. Он выражает основную и непосредственную цель функционирования фирмы — возрастание авансированной стоимости, получение прибыли. Отдельные части капитала последовательно переходят из одной формы в другую, а весь капитал одновременно находится во всех трех функциональных формах. Если бы весь капитал в данное время находился только в денежной или только в товарной форме, то прервался бы процесс производства. А если бы он весь находился только в производительной форме, то прервался бы процесс обращения. Поэтому непрерывный ход кругооборота капитала требует от фирмы, чтобы различные части капитала одновременно находились в различных формах: в денежной, производительной и товарной;

2) фигура кругооборота производительного капитала. Она может быть представлена следующим образом:

$$П \ldots Т' — Д' — Т \begin{cases} Сп \\ Рс \end{cases} \ldots П. \qquad (23.2)$$

В формуле (23.2) стадия обращения выступает как посредствующее звено между двумя стадиями производства. А само движение представляется как производство ради производства. Цель функционирования фирмы — прибыль — в данной фигуре отодвинута на второй план. Кругооборот производительного капитала означает периодическое возобновление его функционирования, т. е. не только производство, но и воспроизводство капитала. При этом определенная часть Д′, затрачиваемая на личное потребление предпринимателя, продолжает свое движение за пределами кругооборота капитала. В формуле (23.2) величина производительного капитала в конце кругооборота такая же, как и в начале его. Следовательно, формула (23.2) отражает простое воспроизводство. При расширенном воспроизводстве величина производительного капитала в конце кругооборота (П′) превышает его величину в начале кругооборота, и формула кругооборота принимает следующий вид:

$$П \ldots Т' — Д' — Т \begin{cases} Сп \\ Рс \end{cases} \ldots П'; \qquad (23.3)$$

3) фигура кругооборота товарного капитала. Она может быть выражена формулой

$$Т' — Д' — Т \begin{cases} Сп \\ Рс \end{cases} \ldots П \ldots Т'. \qquad (23.4)$$

Движение этой формы капитала начинается с товара, уже заключающего в себе прибавочную стоимость. Поэтому кругооборот товарного капитала охватывает движение не только авансированного капитала, но и прибавочной стоимости. Кругооборот товарного капитала включает в себя как производительное, так и личное потребление, поскольку реализация всей товарной продукции предполагает как покупку предпринимателями средств производства для производительного потребления, так и покупку всеми членами общества предметов для личного потребления. Кругооборот товарного капитала отражает важность реализации Т′, т. е. потребления произведенных товаров, без чего не может возобновляться процесс производства.

Три функциональные формы промышленного капитала в процессе кругооборота выполняют различные функции. Поэтому на определенной ступени развития производства создается возможность обособления различных форм промышленного капитала и превращения их в самостоятельные капиталы. Так, на основе денежной формы промышленного капитала возникает ссудный капитал, на основе товарной формы возникает торговый капитал. Обособление этих форм капитала усложняет движение промышленного капитала фирмы, в том числе и его кругооборот.

23.2. Производство и обращение. Оборот капитала фирмы. Время производства и обращения

В процессе кругооборота капитал фирмы последовательно проходит две стадии: производство и обращение. Эти стадии образуют единство. Они взаимосвязаны и не могут происходить одна без другой. С одной стороны, обращение не может существовать без производства по двум причинам: 1) товары, прежде чем поступить в процесс обращения, должны быть произведены на фирме; 2) рабочая сила становится товаром и вступает в процесс обращения только потому, что существует капиталистическое производство.

С другой стороны, производство не может осуществляться без обращения также по двум причинам: 1) в сфере обращения фирма приобретает рабочую силу и средства производства. Без этого процесс производства не может начаться; 2) в обращении реализуются произведенные фирмой товары. Без этого производство не может продолжаться.

Однако взаимосвязь производства и обращения не является эклектической. Напротив, она характеризуется диалектическим содержанием и представляется сугубо асимметричной. Производство имеет примат (первостепенное значение) над обращением по следующим причинам:

1) реальная метаморфоза капитала происходит в процессе производства. Здесь стоимость, авансированная фирмой, изменяет свою величину, поскольку в сфере производства создается прибавочный продукт и прибавочная стоимость. Напротив, в процессе обращения совершаются только формальные метаморфозы капитала, т. е. он изменяет свою денежную форму на товарную или товарную на денежную, но не свою величину. В создании стоимости и прибавочной стоимости процесс обращения не участвует;

2) необходимость обращения обусловлена наличием товарного производства. Производство материальных благ существует в любом обществе. Товарное обращение имеет место только при наличии товарного производства;

3) характер обращения определяется характером производства. Например, капиталистическое производство обусловливает и капиталистическое обращение со свойственными ему институтами (банками, торговыми компаниями, торговой инфраструктурой);

4) степень развития обращения определяется характером и уровнем развития производства. Материальной основой обращения является общественное разделение труда. Чем глубже развито общественное разделение труда, тем больше производится и поступает в обращение товаров, тем более расширяется и насыщается рынок.

Примат производства над обращением означает и примат производительного капитала над денежным и товарным капиталом. Деньги становятся денежным капиталом лишь потому, что на них фирмы приобретают элементы производительного капитала. В свою очередь, товары выступают как товарный капитал только потому, что они вышли из процесса производства, являются результатом функционирования производительного капитала и несут в себе прибавочную стоимость.

В экономической теории существует и другая, так называемая меновая концепция, согласно которой обращению принадлежит примат над производством. Она возникла в середине XIX в. Ее развитию посвящены работы Ф.Бастиа, У.Митчелла, Дж.М.Кейнса и других экономистов. Они придают решающее значение рынку, обмену, денежному хозяйству. Согласно их взглядам стержнем всякой экономической системы является контроль над ее денежным обращением, банковским аппаратом и методами вложения капитала, т. е. путем постепенного внедрения государственного регулирования процесса обращения.

Различные фигуры кругооборота капитала фирмы выявляют ту или иную особенность его движения. Поэтому, рассматриваемые изолированно, они могут искажать характер производства, затушевывать отдельные его черты. Только взятые в единстве они разносторонне раскрывают деятельность фирмы, выражают сущность производства и его движущий мотив.

В реальной действительности кругооборот промышленного капитала фирмы совершается одновременно во всех трех формах. Все части капитала поочередно проходят различные стадии кругооборота. Движение капитала фирмы не ограничивается одним кругооборотом. В погоне за прибылью фирма вновь и вновь бросает свой капитал в сферы производства и обращения:

$$Д - Т \begin{matrix} \nearrow Сп \\ \searrow Рс \end{matrix} \ldots П \ldots Т' - Д' - Т \begin{matrix} \nearrow Сп \\ \searrow Рс \end{matrix} \ldots П \ldots Т' - Д' \qquad (23.5)$$

Непрерывность кругооборота капитала фирмы предполагает наличие определенных условий. Функциональные формы должны без задержки переходить одна в другую. Если капитал фирмы задерживается на первой стадии Д — Т, то денежный капитал затвердевает в виде сокровища. Если это происходит на стадии производства, то на одной стороне бездействуют средства производства, а на другой стороне остается незанятой рабочая сила. Если капитал задерживается на последней стадии Т′ — Д′, то появляются нераспроданные товары, которые закрывают путь нормальному ходу обращения.

В каждый данный момент одна часть капитала должна находиться в денежной форме, другая — в производительной, третья — в товарной. Между частями капитала фирмы, находящимися в трех функциональных формах, должно существовать определенное количественное соотношение, пропорциональность.

Фигуры кругооборота капитала фирмы образуют единство. Важнейшим условием непрерывности движения капитала является то, что он одновременно должен находиться на всех стадиях и во всех функциональных формах. Различные фигуры кругооборота не только следует одна за другой, но и существуют рядом друг с другом. Кругооборот капитала фирмы не является отдельным замкнутым актом. Он непрерывно и постоянно возобновляется, что образует оборот капитала фирмы.

Кругооборот капитала фирмы, рассматриваемый не как отдельный акт, а как периодически повторяющийся процесс, в результате которого авансированная стоимость полностью возвращается к первоначальной денежной величине, называется оборотом капитала фирмы.

Оборот капитала не совпадает с его кругооборотом. В результате каждого кругооборота фирме возвращается в денежной форме только часть авансированного капитала. Полный оборот капитала совершается только тогда, когда вся капитальная стоимость возвращается фирме в первоначальном денежном объеме. Для этого обычно требуется несколько кругооборотов капитала. Соотношение между оборотом и кругооборотом капитала аналогично соотношению целого и части. Различия между оборотом и кругооборотом капитала предопределяются особенностями оборота средств труда и предметов труда.

Промышленный капитал фирмы в своем движении проходит стадии производства и обращения. Поэтому время оборота капитала слагается из времени производства и времени обращения:

$$\text{В оборота} = \text{В производства} + \text{В обращения}. \quad (23.6)$$

Время оборота капитала — это период, продолжающийся с момента авансирования капитала в денежной форме и до возвращения его фирме в той же форме и в прежнем объеме.

Время производства представляет собой период, в течение которого капитал фирмы находится в сфере производства и имеет производительную форму. Время производства включает:

1) рабочий период. Он представляет собой то количество рабочего времени, которое затрачивается на производство и по истечении которого получается готовый продукт. Длина рабочего периода зависит прежде всего от особенностей той или иной отрасли производства, от характера производимого в данной отрасли продукта. Например, период выпечки хлеба измеряется часами и даже минутами. А период строительства плотины ГЭС требует несколько лет. В каждой отрасли длина рабочего периода зависит как от продолжительности рабочего дня, так и от уровня производительности труда. С механизацией, автоматизацией и компьютеризацией производства повышается производительность труда работников фирмы. В результате продолжительность рабочего периода по изготовлению какого-то продукта сократится. Чем продолжительнее рабочий период, тем больший капитал должна затратить фирма на производство. Например, начиная строительство большого корабля, фирма должна иметь значительно больший стартовый капитал по сравнению с тем, что она авансирует на изготовление мороженого. Рабочий период представляет собой главный элемент во всем времени оборота капитала, так как именно в течение рабочего периода создаются стоимость и прибавочная стоимость;

2) перерывы в процессе труда. Перерывы во времени непосредственной обработки предметов труда обусловлены следующими причинами:

а) организационными. На фирмах, как правило, отсутствует круглосуточная, круглонедельная, кругломесячная,

круглогодовая работа. Есть нерабочие смены, выходные дни, праздничные дни, профилактические дни, дни ремонта. В течение этих нерабочих дней и нерабочего времени суток процесс труда прерывается. Однако это время относится ко времени производства, поскольку капитал фирмы продолжает находиться в производительной функциональной форме,

б) необходимостью воздействия на предмет труда естественных процессов. Например, необходимо время на дубление кожи, на остывание отливок, на сушку древесины и окрашенных тканей, на брожение вина, на созревание сельскохозяйственных культур. Время, в течение которого происходят эти процессы, не относится к рабочему периоду. Но оно входит во время производства. Наиболее наглядно различие между временем производства и рабочим периодом видно в сельском хозяйстве. Здесь от вспашки земли и до сбора урожая проходит несколько месяцев, тогда как рабочий период продолжается значительно меньше. Надо помнить, что если иметь в виду создание потребительной стоимости, то ее производит не только конкретный труд товаропроизводителя, но и природа;

3) время для пребывания средств производства в производственных запасах. После покупки фирмой сырья, топлива, материалов они не все сразу пускаются в производство. Часть их некоторое время находится в виде производственных запасов. Запасы находятся на пороге к производству, обеспечивая его непрерывность. Время пребывания в запасах входит во время производства, но не входит в рабочий период.

Время производства охватывает весь период пребывания средств и предметов труда в сфере производства, начиная от их поступления в запасы и кончая выпуском готовой продукции.

Время обращения представляет собой период, в течение которого капитал фирмы находится в сфере обращения и выступает в формах денежного и товарного капитала. Время пребывания капитала в сфере обращения включает в себя:

1) время хранения готовой к реализации продукции на складах;

2) время транспортировки готовой продукции к рынкам сбыта и потребителям;

3) время продажи продукции, т. е. время превращения ее из товарной формы в денежную форму;

4) время покупки новых запасов средств производства, дополнительной рабочей силы.

Важнейшей составной частью времени обращения является время продажи. Превращение товаров в деньги — дело значительно более трудное, чем превращение денег в товары. И часто оно требует немало времени. Главными факторами, влияющими на время продажи, а тем самым и на время обращения, являются:

1) отдаленность рынка сбыта от места производства товара. Чем отдаленнее рынок сбыта, тем больше времени требуется для доставки туда товаров и для их реализации;

2) состояние транспорта. Чем совершеннее средства транспорта, тем быстрее товары перевозятся из мест их производства в районы сбыта и тем меньше времени, при прочих равных условиях, необходимо для реализации товара;

3) состояние рынка. При благоприятной рыночной конъюнктуре спрос превышает предложение и товары быстро реализуются. Но когда рыночная конъюнктура ухудшается, реализация товаров замедляется и время обращения увеличивается. Сокращает время продажи строительство хорошо оснащенных магазинов (супермаркетов) и развитие современных форм торговли.

Совокупность времени покупки и времени продажи образует время обращения. Время обращения следует четко отличать от времени производства. Последнее может продолжаться во времени и в сфере обращения. Время обращения носит непроизводительный характер, в течение него не производится новая стоимость, в том числе и прибавочная стоимость. Поэтому фирма заинтересована в том, чтобы свести время обращения к минимуму. Правда, как это ни парадоксально, время производства в слаборазвитых и развивающихся странах более длительно, чем время обращения. Так, в тяжелой промышленности России время обращения составляет 49% времени производства. А в США время обращения в угольной и нефтяной промышленности длительнее времени производства в 7 раз, в легкой промышленности — в 8—10 раз.

Скорость оборота капитала фирмы определяется числом оборотов (n), совершенных за определенный период (О), или длительностью одного оборота (о):

$$n = О / о. \qquad (23.7)$$

Если длительность оборота капитала составляет три месяца, то в год он совершит $n = 12 : 3 = 4$ оборота, а длительность одного оборота составит $o = 12 : 4 = 3$ мес.

23.3. Основной капитал фирмы и его оборот

Промышленный капитал фирмы в процессе оборота проходит стадии производства и обращения. Он состоит из производительного капитала и капитала обращения. Капитал обращения включает денежный капитал и товарный капитал фирмы.

Производительный капитал включает постоянный и переменный капитал. Средства производства, в которых вещественно воплощен постоянный капитал, подразделяются на средства труда и предметы труда. Оборот различных элементов постоянного капитала происходит неодинаково.

Движение средств труда отличается от движения предметов труда по следующим признакам:

1) по характеру функционирования в процессе производства. Средства труда вещественно не входят в изготавливаемый продукт, функционируют длительное время (например, станок — 10 лет, здание — 50 лет), сохраняют свою прежнюю натуральную форму на протяжении ряда кругооборотов. Напротив, предметы труда (например, ситец, шерсть, металл) полностью потребляются в каждом кругообороте, теряют свою натуральную форму и должны быть заменены новыми;

2) по характеру перенесения стоимости. Так как средства труда функционируют в процессе производства в течение ряда лет, то их стоимость переносится на товары по частям. Если станок функционирует в течение 10 лет, а здание существует 50 лет, то ежегодно в стоимость продукции войдет 1/10 стоимости станка и 1/50 стоимости здания. Иначе обстоит дело с предметами труда. Так как сырье и материалы, топливо и энергия потребляются в каждом кругообороте полностью, то и стоимость их полностью (а не частично) переносится в стоимость готовых товаров;

3) по способу оборота капитальной стоимости. Часть капитала, затрачиваемая на покупку предметов труда, возвращается фирме в денежной форме после каждого кругооборота. Стоимость предметов труда обращается целиком в составе стоимости нового продукта. Стоимость средств труда в процессе оборота раздваивается на перенесенную стоимость, которая обращается в составе стоимости продукта, и на неперенесенную часть стоимости средств труда. Поэтому стоимость средств труда полностью возвращается фирме в денежной форме только после ряда кругооборотов;

4) по способу возобновления. Возобновление средств труда осуществляется после их полного износа из фонда возмещения через ряд кругооборотов. Предметы труда возобновляются в натуральной форме после каждого кругооборота.

Соответственно этим различиям в обороте капитальной стоимости средства труда приобретают экономическую форму основного капитала фирмы, а предметы труда — экономическую форму оборотного капитала фирмы.

На основной и оборотный капитал делится только производительный капитал. Капитал обращения на основной и оборотный капитал не делится. Но поскольку в сфере обращения в известной мере продолжается процесс производства, то здесь, наряду с капиталом обращения, существует дополнительный производительный капитал (холодильное оборудование, расфасовочные машины, хранилища, тарные материалы, транспортные средства). Этому производительному капиталу и в сфере обращения также свойственно деление на основной и оборотный капитал. Но это опять-таки не капитал обращения, а производительный капитал, хотя он и находится в сфере обращения.

Фирма, кроме промышленного капитала, может иметь в собственности и непроизводственный капитал. Он оказывает косвенное влияние на процесс воспроизводства. В его состав могут входить жилые дома, больницы, здания и оборудование детских и спортивных учреждений, клубов, домов культуры, школы, рестораны, кафе, бани. Как видим, непроизводственный капитал находит материальное воплощение в объектах социальной инфраструктуры фирмы.

Определяющую роль в движении производительного капитала играет основной капитал. Основной капитал — это часть постоянного производительного капитала, выступающая в форме средств труда, которая потребляется в процессе труда постепенно, в течение ряда кругооборотов и переносит свою стоимость на готовый продукт по частям.

Основной капитал по своей натуральной форме пред-

ставлен в средствах труда. Но не все средства труда относятся к основному капиталу, а только такие, которые произведены и воспроизведены человеческим трудом. Поэтому земля, леса и другие естественные ресурсы, как правило, не являются основным капиталом, хотя и являются средствами труда.

Основной капитал имеет денежную оценку, по которой он числится на балансах фирм. Стоимость основного капитала, выраженная в денежной форме, представляет собой основные средства фирмы. Денежная оценка основного капитала позволяет проанализировать его динамику и структуру. В России стоимость основного капитала в макроэкономике в 1992 г. составила 35,7 трлн. руб против 19,3 трлн. руб в 1980 г.

В характеристике структуры основного капитала выделяют два подхода:

1) распределение основного капитала по отраслям макроэкономики или его отраслевую структуру (табл. 23.1);

2) соотношение различных видов основного капитала внутри отрасли или его видовую структуру (табл. 23.2).

Таблица 23.1

Отраслевая структура основного капитала Российской Федерации (в сопоставимых ценах 1992 г.)

Отрасль макроэкономики	1980 г.		1990 г.		1992 г.	
	млрд. руб	% к итогу	млрд. руб	% к итогу	млрд. руб	% к итогу
1	2	3	4	5	6	7
Промышленность	8876	46,0	15 874	46,7	16 703	46,8
Сельское хозяйство	3159	16,4	5169	15,2	5493	15,4
Лесное хозяйство	18	0,1	46	0,1	49	0,1
Рыбное хозяйство	105	0,5	188	0,6	199	0,6
Строительство	955	4,9	1817	5,3	1929	5,4
Транспорт	4588	23,8	8180	24,0	8441	23,7
Связь	309	1,6	571	1,7	598	1,7
Торговля и общественное питание	801	4,2	1325	3,9	1384	3,9

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6	7
Материально-техническое снабжение	203	1,1	360	1,1	377	1,1
Заготовки	117	0,6	165	0,5	165	0,5
Информационно-вычислительное обслуживание	—	—	12	0,1	12	—
Операции с недвижимым имуществом	—	—	—	—	1	—
Общая коммерческая деятельность по обеспечению рынка	—	—	—	—	6	—
Геология и разведка недр	107	0,5	208	0,6	214	0,6
Прочие отрасли	52	0,3	75	0,2	80	0,2
Всего	19 290	100,0	33 990	100,0	35 651	100,0

Таблица 23.2

Видовая структура основного капитала промышленности России, %

Вид основного капитала	1976 г.	1980 г.	1986 г.	1992 г.
Здания	29,4	28,9	27,3	24,8
Сооружения	19,3	18,9	19,2	19,7
Передаточные устройства	11,4	11,1	10,6	10,2
Силовые машины и оборудование	7,8	7,6	7,5	9,0
Рабочие машины и оборудование	27,1	28,2	29,3	29,5
Измерительные и регулирующие приборы	1,2	2,2	2,8	1,6
Транспортные средства	2,1	2,1	2,2	3,7
Прочий основной капитал	1,7	1,0	1,1	1,5
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Оборот основного капитала состоит из трех фаз: 1) из его износа, 2) амортизации, 3) из его возмещения в натуральной форме. Дадим характеристику каждой фазе оборота.

Основной капитал, функционируя в процессе производства, подвергается физическому износу. Средства труда постепенно снашиваются и теряют потребительную стоимость. По мере этого происходит и стоимостный износ основного капитала, т. е. осуществляется процесс перенесения его стоимости на продукт в той мере, в какой он утратил свою потребительную стоимость.

Физический износ средств труда происходит двояким образом: 1) в процессе их использования, 2) в результате их бездействия. Первый вид физического износа возмещается из стоимости готового продукта. При втором виде физического износа стоимость средств труда теряется бесследно.

Физический износ имеет ряд форм: механический износ, коррозия и усталость металлов, деформация и разрушение сооружений.

Замедление физического износа осуществляется с помощью системы профилактических мероприятий: осмотров, проверки на точность, наладки, смазки, промывки узлов и деталей, а также с помощью различных видов ремонтных работ. Все это позволяет:

— избежать возможных нарушений технико-экономических качеств средств труда;

восстанавливать потребительские свойства физически изношенного оборудования;

— удлинить сроки службы оборудования;

— повысить эффективность использования средств труда.

Основной капитал, наряду с физическим износом, подвергается и моральному износу. Моральный износ средств труда означает, что физически они еще пригодны для использования, а экономически себя уже не оправдают и нуждаются в замене. Причиной морального износа является научно-технический прогресс.

Различают два вида морального износа:

1) удешевление производства существующих машин. В результате этого находящиеся в эксплуатации машины обесцениваются. Основной капитал теряет часть своей первоначальной стоимости. Данная потеря стоимости обусловлена ростом производительности труда в строительстве и машиностроении. В результате стоимость старых объектов, обладающих такими же характеристиками, что и новые, определяется новой стоимостью и обусловленной ею ценой. Оценка действующих средств падает до уровня, определяемого новыми ценами. Моральный износ первого вида наиболее характерен для машин, типов построек, которые уже достигли определенного совершенства и в своей основной конструкции в течение длительного времени не претерпевают серьезных изменений;

2) создание новых, более производительных машин. Машины старых образцов еще до полного физического износа заменяются новыми, более производительными. Поэтому часть стоимости старых машин теряется. Применение же устаревших машин сдерживает рост производительности труда, повышение эффективности производства в целом.

Возросшая эффективность новых машин и объектов может складываться из ряда факторов, к которым, например, относятся: создание условий для внедрения более прогрессивной технологии, экономия производственных площадей, автоматизация управления, лучшая надежность и экономичность в эксплуатации, лучшая ремонтоспособность и техника безопасности, создание удобств для труда, повышение качества производимых изделий.

Появление более совершенных средств труда ведет к падению относительной полезности старого оборудования и зданий. Имеющаяся техника, не изношенная физически, устаревает. Стоимость старого основного капитала падает пропорционально относительному снижению их эффективности.

Второй вид морального износа действует с особой силой в первый период введения новых машин, установок, приборов. В известной мере это относится и к зданиям, в частности к новым корпусам цехов, более светлым, просторным и комфортабельным, чем старые.

Моральный и физический износ основного капитала ведет к необходимости различных оценок его объема:

1) полная или первоначальная (балансовая) стоимость основного капитала. Она представляет собой сумму всех закупленных средств труда по ценам их приобретения;

2) остаточная (чистая) стоимость основного капитала. Она равняется разности между полной стоимостью средств труда и накопленным амортизационным фондом;

3) восстановительная стоимость основного капитала. Она представляет собой оценку действующих средств труда в ценах текущего периода.

Своевременная замена устаревшей техники — обязательное условие эффективного предпринимательства. Моральный износ первого вида не отражается на сроках службы основного капитала. Второй вид морального износа связан с сокращением этих сроков. Главное средство предотвращения потерь от морального износа — более интенсивное использование оборудования, машин и сооружений. Сокращение сроков службы основного капитала, обусловленное вторым видом морального износа, должно быть учтено при расчете норм амортизации. Они должны устанавливаться на таком уровне, чтобы возмещение основного капитала обеспечивалось не ко времени их физического износа, а раньше — к моменту их вероятного морального износа.

Второй фазой оборота основного капитала является амортизация.

Амортизация есть процесс постепенного (по частям) переноса стоимости основного капитала по мере его износа на производимый продукт, превращения ее в денежную форму в целях последующего возмещения износа средств труда.

Амортизация — это та часть стоимости основного капитала, которая в меру снашивания покидает средства труда и переносится на продукт. Существует далее как часть стоимости незавершенного производства, затем как часть стоимости готовой продукции и, наконец, после реализации продукции — как денежная сумма, предназначенная для возмещения износа основного капитала. Как видим, износ и амортизация — различные процессы. Износ является предпосылкой амортизации.

Для возмещения стоимости потребленных средств труда установлены нормы амортизации. Они различаются для производственных, непроизводственных и жилых зданий, дифференцированы по отдельным видам и группам средств труда. Норма амортизации определяется по формуле:

$$Н_А = (Ф + Р - Л) / (Ф \cdot П) \cdot 100, \qquad (23.8)$$

где $Н_А$ — норма амортизации на год; Ф — стоимость основного капитала; Р — затраты на капитальный ремонт и модернизацию; Л — ликвидационная стоимость, т. е. выручка от продажи выбывших средств труда и лома за вычетом затрат на демонтаж; П — продолжительность (число лет) функционирования основного капитала.

Для примера можно привести следующие годовые нормы амортизационных отчислений по некоторым видам основного капитала: здания многоэтажные, каменные — 2,4%, картофелехранилища каменные — 5,2, мосты железобетонные — 1,3, тракторы (МТЗ) — 17,5, зерноуборочные комбайны — 16,0, плуги общего назначения — 12,5%.

Нормы амортизации постоянно совершенствуются и поддерживаются на научно обоснованном уровне. Как занижение, так и завышение норм амортизации может нанести ущерб фирме. Завышенные нормы амортизации влекут за собой искусственное повышение издержек производства и себестоимости продукции. Занижение нормы амортизации приводят к тому, что амортизация не возмещает износ основного капитала, и фирме на реновацию приходится расходовать часть своего чистого дохода.

Амортизационные отчисления постепенно накапливаются фирмой и образуют амортизационный фонд, за счет которого осуществляется возмещение основного капитала.

Третьей фазой оборота основного капитала является возмещение.

Возмещение в натуральной форме основного капитала охватывает два этапа: 1) их капитальный ремонт или частичное возмещение; 2) их полное восстановление или реновацию.

Касаясь первого этапа, следует отметить, что различают текущий (мелкий, средний) и капитальный ремонты. Капитальный ремонт машин, механизмов, зданий, сооружений, коммуникаций может быть связан с заменой средств труда, их обновлением. Существуют две формы такой замены. Во-первых, замена отдельных элементов средств труда новыми, имеющими аналогичные характеристики. Это предполагает восстановление утраченных свойств основного капитала. Во-вторых, модернизация, реконструкция производства, предполагающая совершенствование всей системы машин, улучшение ее технико-экономических характеристик, повышение эффективности производства.

Реновация — это обновление основного капитала, экономический процесс замещения выбывших в результате физического и морального износа средств труда новыми.

Объем реновации — это один из факторов формирования темпов и пропорций воспроизводства. При простом воспроизводстве объем реновации равен сумме амортизации.

При расширенном воспроизводстве он меньше этой суммы и зависит от темпов ввода в действие новых средств труда. Вот почему возмещение основного капитала тесно связано с его накоплением, когда часть амортизационного фонда может быть использована как фонд накопления.

Возмещение основного капитала осуществляется за счет средств амортизационного фонда. Этот фонд, с одной стороны, постоянно пополняется за счет амортизационных отчислений. С другой стороны, он постоянно уменьшается, так как служит источником возмещения основного капитала. По своему экономическому назначению амортизационный фонд является источником простого воспроизводства средств труда. Однако в условиях научно-технического прогресса амортизационная сумма воплощается в большем количестве более совершенной и относительно подешевевшей техники. В этом случае амортизационный фонд становится источником увеличения основного капитала.

Расширенное воспроизводство индивидуального основного капитала осуществляется в ходе конкурентной борьбы и направлено на усиление позиций фирмы на рынке. Расширенное воспроизводство общественного основного капитала обеспечивает рост национальной экономики и повышение ее эффективности.

На темпы возмещения основного капитала большое влияние оказывает рынок. В периоды экономических подъемов происходит массовое обновление и расширение основного капитала. Фазы кризисов, наоборот, резко уменьшают потребность в дополнительных средствах труда и затрудняют финансирование. В результате образуются волны (циклы) возмещения и накопления основного капитала. Они приблизительно совпадают с периодами срока службы средств труда.

С количественной стороны возмещение основного капитала характеризуется двумя важнейшими показателями:

1) коэффициент обновления основного капитала. Он определяется по формуле:

$$К_{обн} = ОК_{н} / ОК_{общ}, \qquad (23.9)$$

где $К_{обн}$ — коэффициент обновления; $ОК_{н}$ — стоимость вновь вступившего в эксплуатацию основного капитала; $ОК_{общ}$ — общая стоимость функционирующего основного капитала;

2) коэффициент выбытия. Он определяется по формуле

$$К_{выб} = ОК_{выб} / ОК_{общ}, \qquad (23.10)$$

где $К_{выб}$ — коэффициент выбытия; $ОК_{выб}$ — стоимость выбывшего основного капитала; $ОК_{общ}$ — общая стоимость функционирующего основного капитала.

Для фирмы большое значение имеет повышение эффективности использования основного капитала. Обобщающим показателем эффективности использования основного капитала является капиталоотдача. Она определяется по формуле:

$$КО = Ч_{п} / ОК, \qquad (23.11)$$

где КО — коэффициент капиталоотдачи; $Ч_{п}$ — величина чистой продукции фирмы; ОК — величина основного капитала фирмы.

Исчисляется и обратный показатель капиталоотдачи — капиталоемкость (КЕ):

$$КЕ = ОК / Ч_{п}, \qquad (23.12)$$

Капиталоотдача повышается в том случае, если производительность труда растет быстрее, чем капиталовооруженность труда. Действительно:

$$Ч_{п} / ОК = (Ч_{п} / Р) / (ОК / Р), \qquad (23.13)$$

где Р — число работников фирмы.

Капиталоотдача — один из важнейших показателей эффективности функционирования фирмы. Ее рост имеет огромное значение для экономики. Чем выше капиталоотдача, тем меньше средств затрачивает фирма на возмещение основного капитала для достижения запланированного прироста продукции. Это позволяет уменьшить объем фонда накопления и увеличить размер фонда потребления.

Росту капиталоотдачи служит улучшение использования основного капитала. Оно достигается двумя путями:

1) экстенсивным путем. Это путь основан на увеличении времени использования зданий, машин и оборудования. Достигается это путем сокращения простоев, повышения коэффициента сменности, повышения степени загрузки производственных площадей станками и техникой;

2) интенсивным путем. Этот путь основан на повышении технического уровня производства и связан с увеличением степени использования основного капитала в единицу времени. Интенсификация производственной деятельности фирмы включает: а) повышение в составе основного капитала доли его активной части (машин и оборудования); б) сокращение сроков освоения вновь вводимых производственных мощностей; в) внедрение новых технологий; г) повышение скорости работы поточных линий, конвейеров, машин и оборудования; д) научную организацию труда.

Оборот основного капитала неразрывно связан с движением оборотного капитала и капитала обращения.

23.4. Оборотный капитал и капитал обращения фирмы. Оборотные средства фирмы

Оборотный капитал — это часть производительного капитала, которая в течение одного кругооборота полностью потребляется в процессе труда полностью переносит свою стоимость на изготовляемый продукт и возвращается фирме в денежной форме после каждого кругооборота. Оборотный капитал включает в себя:

1) элементы постоянного капитала. Оборотный капитал в натуральной форме — это прежде всего предметы труда. К ним относятся материалы, сырье, топливо, горючее, тара, незавершенное производство, а в сельском хозяйстве дополнительно — семена, корма, скот на откорме. В практике учета к оборотному капиталу относятся некоторые средства труда: это, как правило, быстроизнашивающиеся и малоценные орудия труда;

2) переменный капитал (затраты на рабочую силу). Он относится к оборотному капиталу по характеру движения стоимости. При этом оборот переменного капитала имеет свои особенности. Во-первых, стоимость рабочей силы на стадии производства не переносится на продукт, а вновь воспроизводится трудом рабочих. Поэтому на стадии обращения реализуется не авансированный переменный капитал, а вся вновь созданная стоимость. И уже из последней возмещается авансированный переменный капитал. Во-вторых, переменный капитал производит не только собственный эквивалент, но и прибавочную стоимость. Поэтому стоимость авансированного переменного капитала возвращается фирме одновременно с вновь созданной прибавочной стоимостью.

Следует различать массу прибавочной стоимости, произведенной в течение одного оборота переменного капитала, и массу прибавочной стоимости, произведенной в течение года.

Масса прибавочной стоимости (m), произведенной в течение одного оборота переменного капитала, зависит от величины переменного капитала (v) и от нормы прибавочной стоимости (m'), т. е. определяется по формуле $m = m' \cdot v$. На годовую массу прибавочной стоимости, кроме указанных двух факторов, влияет еще и третий фактор — число оборотов переменного капитала в год (n). Если обозначить через M годовую массу прибавочной стоимости, то $M = m \cdot n$. Отсюда видно, что годовая масса прибавочной стоимости равняется массе прибавочной стоимости, произведенной за один оборот переменного капитала, умноженной на число его оборотов. Если переменный капитал вместо одного оборота сделает два или три оборота в год, то при равном авансированном капитале фирма сможет нанять в 2—3 раза больше работников и получить соответственно в 2—3 раза большую прибавочную стоимость.

Влияние скорости оборота переменного капитала сказывается не только на величине годовой массы прибавочной стоимости, но и на годовой норме прибавочной стоимости. Если обозначить через M' годовую норму прибавочной стоимости, через m' ее действительную норму, то $M' = m'n$. Годовая норма прибавочной стоимости равняется действительной норме прибавочной стоимости, умноженной на число оборотов капитала в год.

При прочих равных условиях годовая масса и годовая норма прибавочной стоимости изменяются прямо пропорционально количеству оборотов авансированного переменного капитала.

Оборот оборотного капитала включает следующие стадии:

1) пребывание стоимости предметов труда в производственных запасах (запасы сырья, материалов, тары, полуфабрикатов);

2) прохождение стоимостью предметов труда через незавершенное производство и расходы будущих периодов (на-

пример, многолетнее строительство плотин ГЭС, затраты под урожай будущего года).

Важно отметить, что названные две стадии оборота относятся к сфере производства. Далее стоимость оборотного капитала, уже совершенно не связанная с его натурально-вещественной формой, покидает сферу производства и движется в сфере обращения. Здесь оборотный капитал движется в составе капитала обращения, который состоит из товарного капитала и денежного капитала. В сфере обращения стоимость оборотного капитала (точнее — стоимость капитала обращения) проходит еще две стадии:

1) пребывание стоимости оборотного капитала в структуре стоимости готовой продукции;

2) пребывание стоимости оборотного капитала в составе денежных средств. Они могут быть израсходованы на приобретение новых предметов труда и выплату заработной платы. Тем самым оборот оборотного капитала может быть начат вновь.

Как видим, оборотный капитал и капитал обращения (прежде всего, готовая продукция и денежные средства фирмы) в ходе оборота последовательно превращаются друг в друга. Это позволяет объединить их в одну категорию — оборотные средства.

Оборотные средства фирмы — это оборотный капитал и капитал обращения, взятые вместе и выраженные в денежной форме.

Движение оборотных средств можно выразить следующим образом:

$$Д — ПЗ — НП(РБП) — ГП' — Д', \qquad (23.14)$$

где Д — денежные средства фирмы; ПЗ — производственные запасы; НП(РБП) — незавершенное производство (расходы будущих периодов); ГП — готовая продукция.

Оборотные средства фирмы — это прежде всего ее денежные средства, используемые для финансирования текущей производственной и коммерческой деятельности: для создания запасов сырья, материалов, топлива, тары, инструментов, инвентаря; заделов незавершенного производства; запасов готовой продукции, включая средства в незавершенных расчетах (платежах), на расчетных счетах в банках и в кассах фирм и организаций. Одна часть оборотных средств постоянно функционирует в сфере производства (НП (РБП), ПЗ), другая — в сфере обращения (Д, ГП).

По источникам формирования оборотные средства подразделяются:

1) на собственные. Они постоянно находятся в распоряжении фирмы;

2) на заемные. Они образуются за счет банковского кредита и используются для удовлетворения временных потребностей. К ним также относятся средства, временно находящиеся в обороте фирмы до завершения расчетов с налоговой инспекцией, поставщиками и кредиторами.

Эффективность использования оборотных средств зависит от соотношения в их составе оборотного капитала и капитала обращения. Чем больше удельный вес оборотного капитала в общем объеме оборотных средств, т. е. чем больше их доля, занятая непосредственно в производстве, тем эффективнее используются оборотные средства. Фирма создает условия, которые позволяют ей сосредоточивать основную массу оборотных средств в сфере производства, хотя их часть, сосредоточенная в сфере обращения, в условиях современного рынка может и возрастать.

Обобщающим показателем эффективности использования оборотного капитала является материалоемкость продукции, производимой фирмой. Количественно она может быть определена следующим образом:

$$МЕ = ОБК / ЧП, \qquad (23.15)$$

где МЕ — коэффициент материалоемкости продукции фирмы; ОБК — стоимость оборотного капитала; ЧП — чистая продукция фирмы.

Уровень материалоемкости характеризует стоимость оборотного капитала, приходящегося на единицу чистой продукции фирмы. Для определения эффективности использования отдельных видов оборотного капитала используются коэффициенты металлоемкости, электроемкости, энергоемкости и т. п.

Эффективность использования всего объема оборотных средств фирмы характеризует их оборачиваемость. Оборачиваемость оборотных средств представляет собой постоянное возобновление движения оборотных средств в сфере производства и обращения.

Оборачиваемость оборотных средств отражает финансовую сторону деятельности фирмы. Эффективность использования оборотных средств включает результативность времени их оборота от момента покупки материальных ценностей, необходимых для ведения производства, до получения денежных сумм за реализованную продукцию на рынке. Оборачиваемость оборотных средств характеризуется двумя показателями:

1) числом оборотов оборотных средств за определенный период времени (квартал, год). Этот показатель называют еще коэффициентом оборачиваемости. Он определяется как частное от деления стоимости реализованной продукции на среднюю сумму оборотных средств фирмы в течение определенного периода времени;

2) длительностью одного оборота оборотных средств в днях. Она определяется как отношение числа дней за определенный период времени к числу оборотов оборотных средств.

Чем быстрее оборачиваемость оборотных средств при том же объеме реализуемой продукции, тем меньше фирме требуется оборотных средств. Допустим, что реализованная за год фирмой продукция составила 12 млрд. руб, а среднегодовой размер ее оборотных средств оказался равным 2,4 млрд. руб. В этом случае коэффициент оборачиваемости составил 12,0 : 2,4 = 5. Данный показатель свидетельствует о том, что каждый рубль оборотных средств обернулся за год 5 раз, а также о том, что на каждый 1 руб оборотных средств получено 5 руб продукции. При этом продолжительность одного оборота составила 360 : 5 = 72 дня.

При ускорении оборачиваемости оборотных средств потребность фирмы в них уменьшается. Допустим, в нашем примере время оборота сократилось с 72 до 60 дней. Тогда оборотные средства фирмы обернутся уже 6 раз (360 : 60 = = 6), а не 5 раз. При этом же объеме реализации фирме потребуется уже не 2,4 млрд. руб оборотных средств, а только 12,0 : 6 = 2,0 млрд. руб. Следовательно, данное ускорение оборачиваемости высвобождает оборотные средства на сумму 2,4 – 2,0 = 0,4 млрд. руб. Или оно обеспечивает фирме увеличение выпуска продукции на 2,4 млрд. руб (2,4 · 6 – 12,0 = 2,4) при той же величине оборотных средств.

Таким образом, ускорение оборачиваемости оборотных средств имеет большое экономическое значение. Оно уменьшает потребность фирм в оборотных средствах, позволяет использовать денежные и материальные ресурсы более эффективно. Высвобожденные из производства оборотные средства могут быть использованы для увеличения производства продукции. В показателе оборачиваемости оборотных средств отражаются различные производственные процессы: рост производительности труда, снижение себестоимости продукции и капиталоемкости производства.

23.5. Общий оборот промышленного капитала. Особенности оборота капитала в сельском хозяйстве

Как уже отмечалось, время оборота оборотного капитала равняется периоду одного кругооборота капитала, а время оборота основного капитала охватывает ряд кругооборотов.

У различных элементов основного капитала время оборота неодинаково. Оно больше у производственных зданий и сооружений, меньше у машин и оборудования, еще меньше у инструментов. Чтобы определить время оборота основного капитала в целом, надо разделить сумму авансированного основного капитала на годовую сумму амортизации. Предположим, что весь авансированный капитал составляет 100 млн. руб, в том числе стоимость производственных зданий равняется 50 млн. руб, станков и обрудования — 40 млн., инструментов — 10 млн. руб. Допустим, что здания амортизируются за 50 лет, станки и оборудование — за 10 лет, а инструменты — за 2 года. Тогда годовая сумма амортизации составит: 1 млн. руб (50 млн. руб. : 50 лет) + + 4 млн. руб (40 млн. руб. : 10 лет) + 5 млн. руб (10 млн. руб. : 2 года) = 10 млн. руб. В таком случае время оборота всего основного капитала составит 100 : 10 = 10 лет.

Чтобы определить время общего оборота всего капитала (основного и оборотного), надо сложить годовую сумму амортизации основного капитала и сумму обернувшегося за год оборотного капитала, а затем разделить общую сумму авансированного капитала (основного и оборотного) на сумму этих двух слагаемых. В таком случае показатель общего оборота промышленного капитала может быть представлен следующей формулой:

$$К_о = ПК / (ОК \cdot К_1 + ОБК \cdot К_2), \quad (23.16)$$

где $К_о$ — время общего оборота стоимости авансированного промышленного капитала; ПК — стоимость авансированного промышленного капитала; ОК — стоимость основного капитала; ОБК — стоимость оборотного капитала; $К_1$ — число оборотов основного капитала за год; $К_2$ — число оборотов оборотного капитала за год.

Предположим, что авансированный основной капитал фирмы составляет 100 млн. руб и оборачивается за 10 лет. А ее авансированный оборотный капитал равняется 20 млн. руб и делает два оборота в год. В таком случае фирме ежегодно будет возвращаться в денежной форме 1/10 часть основного капитала и двукратная сумма оборотного капитала. А время общего оборота промышленного капитала составит $К_о = 120 : (100 \cdot 0{,}1 + 20 \cdot 2) = 120 : 50 = 2{,}4$ года.

Время общего оборота капитала зависит от того, в каких пропорциях он делится на основной и оборотный. Чем больше удельный вес основного капитала во всем капитале, тем больше при прочих равных условиях время общего оборота капитала. В различных отраслях структура производительного капитала неодинакова. Поэтому скорость общего оборота различных индивидуальных капиталов фирм различна. По мере развития производства удельный вес основного капитала в совокупном объеме промышленного капитала фирмы увеличивается и возникает тенденция к замедлению общего оборота капитала.

В конечном итоге структура промышленного капитала фирмы может быть представлена в виде рис. 23.1.

На скорость общего оборота капитала влияет как продолжительность времени производства, так и величина времени обращения. Сокращение как времени производства, так и времени обращения ускоряет общий оборот промышленного капитала и тем самым повышает эффективность функционирования фирмы. Пути ускорения общего оборота промышленного капитала фирмы следующие:

1) сокращение времени производства. Оно осуществляется путем совершенствования технологии и организации производства, сокращения общей длительности технологического цикла, улучшения условий снабжения фирм производственными ресурсами. При этом рабочий период сокращается за счет механизации и автоматизации производственных процессов. Перерывы в рабочем периоде сокращаются за счет внедрения в производство достижений научно-технического прогресса. Например, естественная сушка березы с 1,5—2,0 лет в настоящее время сокращена до 30 мин в аппаратах с токами высокой частоты. Перерывы из-за организационных и технологических неполадок сокращаются за счет внедрения научной организации труда.

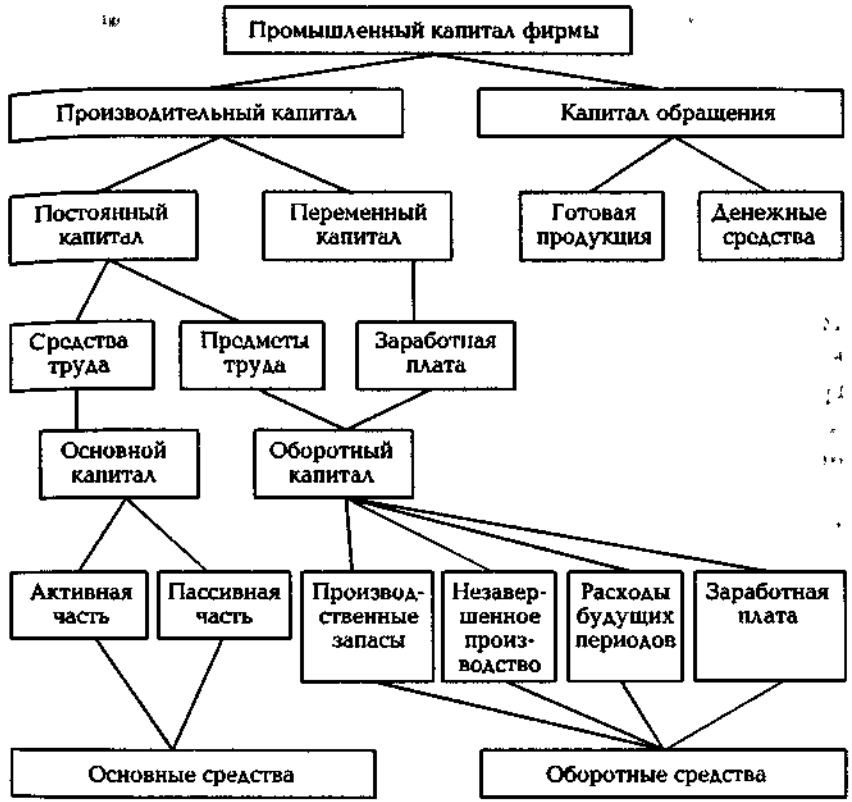


Рис. 23.1. Элементы промышленного капитала фирмы

Для сокращения технологических перерывов в процессе труда фирмы прибегают к изменениям в технологии производства. Например, в середине XIX в. кожа помещалась для дубления в чаны с дубильной кислотой, и процесс дубления продолжался от 6 до 18 мес. В дальнейшем же применение

воздушных насосов сократило время дубления до 1,5—2,0 мес, а переход к электрическому дублению в настоящее время — до 4 дней.

Фирма заинтересована в том, чтобы разницу между временем производства и рабочим периодом сократить до минимума. На этой основе ей удается превратить как можно большую часть времени производства в рабочий период, который приносит ей возрастающую прибыль;

2) сокращение производственных запасов производительного капитала. При накоплении излишних запасов часть капитала как бы замораживается, лежит на складе мертвым грузом. Это, безусловно, замедляет общий оборот промышленного капитала фирмы. Поэтому фирма сводит к возможному минимуму запасы материалов, топлива и сырья. Однако запасы не могут сокращаться беспредельно. При недостаточных запасах производительного капитала фирма вынуждена будет работать «с колес» или даже с перебоями. Необходим оптимальный размер производственных запасов;

3) сокращение времени обращения производительного капитала. С этой целью фирма использует различные методы. Улучшает условия сбыта продукции путем развития маркетинговых служб. Четко организует платежно-расчетные операции и отношения. Фирмы широко рекламируют свои товары, продают их в кредит. И все же практика такова, что нереализованные товарные запасы накапливаются и время обращения удлиняется. В США с 1945 г. по 1964 г. товарные запасы в розничной торговле возросли с 8,0 млрд. до 28,6 млрд. долл. Большие трудности при реализации товаров мешают сокращению времени обращения и приводят к непроизводительному омертвлению значительных капиталов в виде нереализованных товарных запасов. Для уменьшения времени обращения необходимо улучшать работу транспорта, ускорять оформление платежных документов, сокращать период документооборота.

Чем больше время обращения, тем медленнее совершается оборот капитала, тем большей должна быть величина авансированного промышленного капитала и наоборот. Сокращение времени обращения уменьшает долю товарного и денежного капитала и увеличивает долю производительного капитала. Тем самым увеличивается капитал, занятый в производстве, а вместе с ним растет и величина производимой прибыли.

В целом, чем быстрее совершается общий оборот промышленного капитала, тем меньшая величина авансированного капитала требуется на каждый отдельный цикл оборота, тем больше при прочих равных условиях прибыль фирмы.

Специфические условия сельскохозяйственного производства обусловливают ряд особенностей в обороте капитала сельского хозяйства:

1) существуют особенности в формировании и структуре производительного капитала различных организационных форм хозяйствования в аграрной сфере экономики. Об этом наглядно свидетельствует структура производительного капитала в сельском хозяйстве: здания и сооружения составляют в нем 63,0% (в промышленности — 44,5%), машины и оборудование — 16,9 (в промышленности — 48,7), транспортные средства — 3,5% (в промышленности — 3,7), рабочий скот — 0,4, продуктивный скот — 10,1, многолетние насаждения — 3,4%;

2) часть производительного капитала сельского хозяйства возмещается его продукцией, минуя сферу товарного обращения (семена, корма, молодняк продуктивного и рабочего скота, выращивание многолетних насаждений, производство органических удобрений). Согласно данным межотраслевого баланса в сельском хозяйстве России потребляется примерно 20,7% произведенной здесь сельскохозяйственной продукции;

3) сезонность сельскохозяйственного производства замедляет оборот производительного капитала этой отрасли. Об этом красноречиво свидетельствуют следующие факты. Зерновые комбайны используются в сельском хозяйстве 15—20 дней в году, свеклоуборочные комбайны — 20—30, сеялки — 5—10, плуги — 30—40 дней в году. Все остальное время в течение года они простаивают. Хорошо понятно, что это требует более высокой капиталоемкости сельского хозяйства по сравнению с другими отраслями макроэкономики;

4) зависимость сельского хозяйства от природно-климатических условий требует создания в этой отрасли страхо-

вого и резервного капитала. За счет этих резервов покрываются убытки от стихийных бедствий;

5) большую роль в обороте производительного капитала сельского хозяйства играют кредиты банков. Они используются для формирования как основных (приобретение техники, племенного скота, вакцин, строительство, мелиорация), так и оборотных (покупка сортовых семян, удобрений, топлива, формирование фонда оплаты труда) средств;

6) оборот производительного капитала отдельных фирм сельского хозяйства, основанных на различных формах собственности, отличается рядом особенностей, поскольку в них могут функционировать общенародные (земля, вода, мелиоративные системы, электрические сети, объекты производственной и социальной инфраструктуры), кооперативные, акционерные и частные средства производства.

Скорость общего оборота капитала в сельском хозяйстве зависит прежде всего от рационального использования и повышения плодородия земли. Различают естественное и экономическое плодородие земли.

Естественное плодородие земли представляет собой совокупность физических, химических и биологических свойств почвы, обусловленных природой.

Экономическое плодородие земли — это результат не только природных, но и общественно-экономических процессов, связанных с искусственно осуществляемыми с развитием общественного производства улучшениями в составе почвы и в методах земледелия (механизация аграрных производственных процессов, применение удобрений, использование севооборотов).

Критерием экономического плодородия земли служит получение с нее максимума прибыли. При этом земля должна использоваться рационально, научно обоснованно и постоянно улучшаться. Научная система ведения производства обеспечивает рациональное размещение и специализацию сельского хозяйства, высокий уровень его концентрации, открывает широкие возможности для многообразных форм хозяйствования, применения новейшей техники и технологии, совершенных систем земледелия, постепенного повышения производительности труда и эффективности аграрного производства.

Глава 24. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ

24.1 Сущность и виды издержек производства фирмы

В процессе производства товаров и услуг затрачивается живой и прошлый труд. При этом каждая фирма стремится получить возможно большую прибыль от своей деятельности. Для этого у каждой фирмы есть два пути: постараться продать свой товар по возможно более высокой цене или попробовать сократить свои затраты на производство продукции, т. е. издержки производства.

Издержки производства — это совокупные затраты труда (живого и прошлого) на производство продукции. С самых общих теоретических позиций необходимо различать:

1) общественные издержки производства или стоимость продукции;

2) индивидуальные издержки производства фирмы. В России и странах СНГ их принято называть себестоимостью продукции.

Общественные издержки производства — это совокупные затраты общественно необходимого труда (живого и прошлого) на производство продукта. Они показывают, во что обошлось обществу производство данного продукта. В условиях товарного производства общественные издержки выступают в денежной форме и совпадают со стоимостью товара, т. е. они равны $c + v + m$.

Издержки производства продукции фирмы (себестоимость) — это вся сумма затрат фирмы на производство и реализацию продукции. Сюда относятся затраты на сырье и материалы, амортизация, заработная плата и другие виды затрат.

Издержки производства при капитализме различаются как затраты общественного труда и капитала. Исходным пунктом капиталистического производства товаров служат денежные расходы фирмы на покупку средств производства и рабочей силы. Эти денежные расходы образуют соответственно постоянную (c) и переменную (v) части авансированного капитала. Термин издержки производства при капитализме К. Маркс использует в четырех значениях:

1) действительные (имманентные) издержки производства. Они совпадают со стоимостью товара и измеряются рабочим временем. Они необходимы, чтобы продукт был произведен при любых общественных условиях, и непосредственно зависят от эффективности средств труда и его производительности. Действительные издержки составляют $c + v + m$;

2) капиталистические издержки производства. Они представляют собой затраченный на производство товара капитал и равняются $c + v$;

3) издержки производства в значении цены производства. В условиях межотраслевой конкуренции товары продаются не по стоимости, а по ценам производства, равным $c + v + p$. Тем самым фирме возмещаются специфические капиталистические издержки производства;

4) издержки производства функционирующего предпринимателя. На каждой фирме под влиянием конкретных экономических условий производства складываются свои издержки производства: $c + v + z$, а в итоге предстает как разница между действительными издержками производства товара и издержками производства функционирующего предпринимателя.

Прибыль фирмы в конечном счете m.

Все значения издержек производства К.Маркс рассматривал непосредственно в производственном процессе. Он абстрагировался от проблемы колебания цен вокруг стоимости товара под влиянием закона спроса и предложения. Учет действия этого закона на формирование издержек производства становится просто необходимым. Кроме того, в современной экономике появилась необходимость определить изменения издержек производства в зависимости от количества производимой фирмой продукции.

Современные концепции издержек производства, учитывающие указанные требования экономики, разработаны А.Маршаллом, Д.Миллем, Дж.Робинсон. Они во многом учитывают учение об издержках производства К.Маркса и подразделяют издержки производства на не зависящие и зависящие от объема производимой фирмой продукции. В итоге появились понятия постоянных и переменных издержек производства.

Постоянные издержки производства фирма несет независимо от объема выпускаемой продукции. Постоянные издержки могут включать в себя расходы по содержанию предприятия, выплату процентов по займам, налоги, амортизационные отчисления, оплату охраны, затраты по страхованию, расходы на обслуживание оборудования при отсутствии производства, зарплату управленческого персонала и минимального числа привлеченных работников. Постоянные издержки могут контролироваться фирмой в долгосрочном периоде развития. Но они не меняются при изменении объема выпускаемой продукции в короткие промежутки времени. Фирма оплачивает постоянные издержки даже тогда, когда продукция вообще не выпускается.

Переменные издержки меняются вместе с объемом выпускаемой продукции. Они представляют затраты фирмы на сырье, материалы, заработную плату рабочим, энергию, транспорт. Чтобы решить вопрос, сколько выпускать продукции, фирме надо знать, как возрастут ее переменные издержки в связи с изменением объема производства. Для этого необходимо разработать особый подход и особые критерии измерения издержек.

Валовые издержки представляют собой сумму постоянных и переменных издержек. Их величина меняется, как правило, по мере изменения переменных издержек производства. Валовые издержки отличаются от переменных только постоянными издержками.

Фирме важно знать величину издержек производства в расчете на единицу продукции. В связи с этим рассчитываются средние издержки производства. Выделяют три вида средних издержек:

1) средние постоянные издержки. Они представляют собой постоянные издержки, деленные на объем выпускаемой продукции. Так как постоянные издержки не изменяются, то средние постоянные издержки снижаются по мере увеличения объема выпускаемой продукции;

2) средние переменные издержки. Они представляют собой переменные издержки, деленные на объем выпускаемой продукции;

3) средние валовые издержки. Они представляют собой валовые издержки, деленные на объем выпускаемой продукции. Средние валовые издержки есть издержки производства единицы продукции. Они представляют связующее звено между стоимостью продукции и ее ценой. Сравнивая их с ценой товара, можно определить, прибыльно или убыточно производство продукции.

Фирма всегда стремится к получению максимальной прибыли. Для этого она увеличивает объем производства продукции, идет на дополнительные издержки производства. Насколько они оказываются эффективными, позволяет судить категория предельных издержек производства.

Предельные издержки (иногда их называют приростные, маржинальные) представляют собой прирост издержек в результате производства одной дополнительной единицы продукции.

Как отмечалось, постоянные издержки не меняются с изменением объема выпускаемой продукции. Поэтому предельные издержки определяются ростом лишь переменных издержек в результате выпуска дополнительной единицы продукции. Они показывают, во сколько обойдется фирме увеличение объема выпускаемой продукции на одну единицу. Проиллюстрируем соотношение между различными видами издержек (табл. 24.1).

Таблица 24.1

Соотношение между различными издержками фирмы

Объем выпускаемой продукции *Q*	Постоянные издержки *FC*	Переменные издержки *VC*	Валовые издержки *TC*	Средние постоянные издержки *AFC*	Средние переменные издержки *AVC*	Средние валовые издержки *ATC*	Предельные издержки *MC*
0	100	0	100	—	—	—	—
1	100	120	220	100	120	220	120
2	100	140	240	50	70	120	20
3	100	170	270	33	57	90	30
4	100	210	310	25	53	78	40
5	100	240	340	20	48	68	30
6	100	290	390	17	48	65	50
7	100	360	460	14	51	65	70
8	100	420	520	12	53	65	60
9	100	490	590	11	54	65	70
10	100	570	670	10	57	67	80

Предельные издержки в табл. 24.1 рассчитаны, исходя из следующей формулы: $MC = \Delta VC / \Delta Q$, т. е. прирост переменных издержек соотнесен с приростом производимой продукции. Например, при увеличении объема продукции от 4 до 5 ед. предельные издержки производства составят 30 ед. денежных.

В процессе экономического анализа фирма рассчитывает еще несколько видов издержек производства.

Вмененные издержки (или издержки упущенных возможностей) — это затраты, от которых фирма отказывается, когда использует свои ресурсы, и которые измерены с точки зрения выгоды, которая упущена из-за неиспользования этих ресурсов наилучшим образом. Они представляют издержки, связанные с упущенными возможностями наилучшего использования ресурсов фирмы. В ряде случаев эти затраты называются еще альтернативными издержками фирмы.

Вмененные издержки возникают из-за возможности выбора между теми или иными экономическими решениями. Например, предприниматель может потратить имеющиеся у него деньги различным способом: направить их на расширение производства или израсходовать на личное потребление.

Приведем еще один пример. Предположим, что рядом расположены две бензоколонки — одна государственная, где цены на бензин являются низкими, другая коммерческая, где цены на бензин установлены существенно выше. Здесь можно выявить вмененные издержки от потерь времени в ожидании заправки бензином.

Водители могут купить бензин по высокой цене, не простаивая в очереди, или купить бензин по низкой цене, прождав в очереди 1 час 30 мин. Многие будут стоять в очереди за дешевым бензином, потому что ценят свое время дешевле средств, сэкономленных при покупке дешевого бензина. Предположим, что автолюбитель может сэкономить 500 руб за 1 л бензина, ожидая в очереди 1,5 часа, а на коммерческой бензоколонке ему ждать бы не пришлось. Если он покупает 30 л бензина, то общая сэкономленная сумма составит 15 000 руб. Так как автолюбитель выбрал ожидание в очереди, то вмененные издержки от потерь времени должны быть меньше 15 000 руб. за 1,5 часа, или 10 000 руб за 1 час.

Допустим, что другой человек предпочитает купить бензин без очереди. Тогда его вмененные издержки от потерь времени должны быть не менее 10 000 руб за 1 час. Вмененные издержки от потерь времени растут вместе с размерами доходов. Чем больше заработок у человека, тем больше становятся для него вмененные издержки от потерь времени при ожидании в очереди за дешевым бензином.

Решения фирм в производственной и коммерческой областях обычно основываются не на фактических, а на вмененных издержках. Каждый фактически может сэкономить деньги на государственной бензоколонке и получить прибыль. Но многие фирмы предпочитают не делать этого, так как вмененные издержки оказываются для них слишком большими.

Фирма выделяет в своей деятельности внешние и внутренние издержки.

Внешние издержки представляют собой денежные расходы, которые фирма производит, оплачивая оказываемые и предоставляемые ей поставщиками трудовые услуги, сырье, топливо, транспортные услуги, энергию, т. е. все то, что она не производит сама для создания своей продукции. В зависимости от специализации производственной деятельности фирмы величина внешних издержек может быть различной. Например, на автомобильных заводах, где осуществляется сборка разнообразных деталей и узлов, поступающих с других фирм, удельный вес внешних издержек значительно больше.

Внутренние издержки — это затраты на собственные и самостоятельно используемые ресурсы фирмы. Внутренние издержки иррациональны по своему содержанию и по отношению к внешним издержкам. Владелец собственной фирмы не платит самому себе заработную плату. Она является его внутренними издержками. Фирма не получает арендной платы за здание, в котором она занимается производством продукции. Это ее внутренние издержки. Если фирма вкладывает денежные средства в другое предприятие (в торговлю, в транспорт, в инфраструктуру), то она не получает тех процентов, которые бы имела, положив их в банк. Это также ее внутренние издержки. Фирма, занимаясь бизнесом, получает так называемую среднюю (нормальную) прибыль. В противном случае она не будет заниматься бизнесом. Получаемая фирмой средняя прибыль также представляет элемент внутренних издержек по отношению к внешним агентам производства и обращения. Ее всегда надо возмещать, чтобы не затронуть внутренних интересов фирмы.

В связи с ограничением внешних и внутренних издержек принято выделять экономическую и бухгалтерскую прибыль.

Экономическая (чистая) прибыль представляет собой разность между выручкой от реализации продукции фирмы и суммой внешних и внутренних издержек, которые включают и среднюю прибыль. Бухгалтерская прибыть представляет собой разность между выручкой от реализации продукции фирмы и величиной внешних издержек производства.

Фирма исчисляет и невозвратные издержки. Они представляют собой ранее произведенные и невозместимые расходы.

Вмененные издержки часто носят скрытый характер. Но их всегда надо брать в расчет при принятии экономических решений. Совершенно иная картина наблюдается с невозвратными издержками. Они, как правило, на виду, но их всегда игнорируют, когда принимают экономические решения. Например, фирма осуществила покупку специального оборудования, сконструированного по ее заказу. Оборудование может использоваться только для тех целей, для которых оно первоначально предназначалось, и не может быть реконструировано для альтернативного применения. Не может быть оно и продано другой фирме. Расходы на такое оборудование являются невозвратными издержками. Данное оборудование не имеет альтернативного применения, поэтому вмененные издержки равны нулю. Можно расценивать решение о приобретении данного оборудования как хорошим или плохим. Это уже не имеет особого экономического значения, так как не влияет на решения фирмы в настоящее время.

Фирма, как правило, несет и так называемые трансакционные издержки. Они связаны с тем, что фирма постоянно заключает контракты, осуществляет сделки с партнерами. Поэтому ей постоянно необходимо вести переговоры, устанавливать связи, обговаривать условия, собирать нужные сведения, оповещать своих будущих партнеров, т. е. осуществлять рыночную трансакцию. Все это требует затрат или трансакционных издержек. Появляются особые (трансакционные) фирмы по организации связей между различными фирмами. Размеры фирмы, ее структура достигают предолов в тот момент, когда ее трансакционные издержки становятся равными издержкам осуществления трансакций за пределами фирмы, т. е. равными затратам других организаций.

Сущность себестоимости как экономической категории состоит в том, что она аккумулирует в денежной форме все затраты фирмы, возмещение которых необходимо для осуществления простого воспроизводства материальных благ.

Прежде чем осуществить расширенное воспроизводство, необходимо возместить себестоимость, т. е. обеспечить воспроизводство в прежнем масштабе. Существует и иной взгляд на себестоимость как на категорию расширенного воспроизводства. Аргументы в защиту данной позиции связываются с реновацией основного капитала за счет амортизации на новой технической основе. Научно-технический прогресс сообщает той же капитальной стоимости способность к расширению путем освоения передовых технологий и наукоемких средств производства.

По своей экономической природе себестоимость является обособившейся в денежной форме частью стоимости и представляет фонд возмещения из совокупного продукта потребленных средств производства и средств существования работников фирмы. Разница между ценой (стоимостью) продукта и его себестоимостью составляет чистый доход фирмы.

В хозяйственной практике используются различные виды себестоимости. Различают индивидуальную и отраслевую себестоимость. Индивидуальная себестоимость — это затраты данной фирмы на производство и реализацию продукции. Отраслевая себестоимость — это затраты на производство и реализацию продукции в среднем по какой-то отрасли экономики.

Выделяют также зональную себестоимость продукции, которая представляет затраты на производство продукции в отдельной зоне или регионе. Исчисление зональной себестоимости характерно для стран с обширной территорией, характеризующейся наличием различных почвенно-климатических зон. Определение зональной себестоимости характерно для сельского хозяйства, добывающей промышленности, лесного хозяйства, так как в этих отраслях на себестоимость продукции существенное влияние оказывают природные факторы по зонам страны.

Различают производственную и коммерческую (полную) себестоимость продукции фирмы. Производственная себестоимость представляет затраты фирмы, связанные с производством продукции. Коммерческая себестоимость, кроме них, включает и расходы фирмы на реализацию продукции.

Выделяют плановую и фактическую себестоимость продукции фирмы. Плановая себестоимость определяется на основе научно обоснованных нормативов расходования материальных и трудовых ресурсов и является прерогативой внутрифирменного планирования. Фактическая себестоимость определяется на основе данных бухгалтерского учета и статистической отчетности о реально протекающей производственной деятельности фирмы. На практике существует еще и провизорная себестоимость, которая исчисляется на основе производственных затрат за 9 месяцев текущего хозяйственного года.

Фирма определяет себестоимость как всей производимой продукции в целом, так и единицы каждого вида продукции. Различают:

1) себестоимость валовой продукции, т. е. себестоимость всего объема продукции фирмы без подразделения ее на отраслевые и видовые спецификации;

2) себестоимость общего производства определенного вида продукции. В результате могут быть определены затраты на производство в целом зерна, картофеля, молока, шерсти и т. д.;

3) себестоимость единицы определенного вида продукции, например, 1 ц зерна, картофеля, молока, шерсти и т. д. Она определяется путем деления себестоимости общего производства определенного вида продукции на число единиц данной продукции.

Себестоимость всей продукции определяется по элементам затрат, среди которых выделяют сырье и материалы, топливо и энергию, амортизацию, заработную плату и др. Как в СНГ, так и в западных странах при исчислении себестоимости применяется классификация прямых и косвенных затрат. Прямые затраты — это затраты, непосредственно связанные с созданием продукции. Косвенные затраты необходимы фирме для общего осуществления производственного процесса данного вида продукции.

В развитых странах прямые и часть косвенных затрат относятся к переменным издержкам, а оставшаяся часть косвенных затрат — к постоянным издержкам. Деление затрат на прямые и переменные позволяет получить важный экономический показатель — добавленную стоимость. Она определяется путем вычитания из общей денежной выручки фирмы переменных издержек. Добавленная стоимость состоит, таким образом, из постоянных затрат и чистой при-

были. Этот показатель позволяет оценить общую эффективность производства и реализации продукции фирмы.

Анализ себестоимости по элементам затрат позволяет раскрыть ее производственную структуру. Производственная структура себестоимости — это ее состав по элементам затрат, выраженный в %. Знание структуры себестоимости необходимо для выяснения путей ее снижения. В 1992 г. в России структура затрат на производство промышленной продукции составила: сырье и материалы — 67,6%; топливо — 4,0; энергия — 2,7; амортизация — 8,7; заработная плата — 14,0; прочие затраты — 3,0%.

Исчисление себестоимости единицы продукции называется калькуляцией себестоимости. При калькуляции затраты в СНГ учитываются не по элементам затрат, как при исчислении себестоимости всей продукции, а по статьям затрат. Статей затрат больше, чем элементов затрат. Статьи в калькуляции детализируют отдельные элементы затрат. Например, в сырье и материалах выделяются горючее и смазочные материалы, удобрения, семена, корма. Итогом калькуляции являются следующие данные об уровне себестоимости 1 ц отдельных видов продукции сельского хозяйства России в 1992 г.: зерно — 191 руб, сахарная свекла — 102, семена подсолнечника — 305, картофель — 313, овощи (открытого грунта) — 393, привес крупного рогатого скота — 5306, привес свиней — 5938, привес овец — 2920, молоко — 668, яйца куриные (1000 шт) — 1947, шерсть — 16 304 руб.

Себестоимость является важнейшим обобщающим показателем эффективности функционирования фирмы. Чем лучше работает фирма, тем ниже при прочих равных условиях себестоимость ее изделий, тем выше ее прибыль. Общей тенденцией является систематическое снижение уровня себестоимости продукции, которое прямо или косвенно сказывается на всех стоимостных показателях производства. Она развертывается на базе научно-технического прогресса, который способствует экономии ресурсов (снижению затрат на сырье и материалы), автоматизации и механизации производства (снижению затрат на заработную плату и росту затрат на амортизацию).

Несмотря на то, что снижение себестоимости является позитивной тенденцией, не следует расценивать всякое снижение затрат на производство продукции как положительный факт. При оценке социальных последствий снижения себестоимости следует разграничивать:

1) снижение себестоимости, обусловленное снижением затрат живого и овеществленного труда на производство продукции. Данное направление снижения себестоимости является объективно обусловленным, закономерным, экономически эффективным и социально оправданным. Оно имеет реальное экономическое значение, поскольку отражает экономию труда при производстве продукции;

2) снижение себестоимости, не связанное с улучшением производственной деятельности. Оно может происходить за счет снижения качества продукции, сокращения ассортимента выпускаемой продукции, ухудшения условий труда работников фирмы и обслуживания покупателей ее продукции. Данное направление снижения себестоимости не является экономически оправданным и целесообразным.

В условиях рыночной экономики финансовая поддержка убыточных предприятий не является экономически оправданной и, как правило, не осуществляется. Поэтому систематическое снижение себестоимости продукции представляет основное направление повышения прибыльности функционирования фирмы. Неслучайно в развитых странах изучение направлений снижения издержек производства фирм представляет основную проблему экономической теории.

Можно выделить следующие основные пути снижения себестоимости продукции:

1) рост производительности труда. Это решающий онтологический фактор снижения себестоимости продукции. Себестоимость снижается, если производительность труда растет быстрее, чем повышается заработная плата. При этом доля затрат живого труда на единицу продукции снижается, а доля овеществленного труда в составе трудовых производственных затрат относительно возрастает;

2) использование достижений научно-технического прогресса. Использование достижений НТП заключается в более полном использовании производственных мощностей, сырья, материалов, в создании новых, более эффективных машин, оборудования, новых технологий. На этой основе достигается экономия сырья, материалов, топлива, энергии, осуществляется переход к принципиально новому технологическому способу производства. Достигается рациональное использование основного и оборотного капитала фирмы, рост капиталоотдачи, снижение материалоемкости продукции, доли амортизации в структуре издержек производства, а вместе с этим и снижение себестоимости продукции;

3) совершенствование организации производства и труда. Это направление обеспечивает рост производительности труда, экономию, прежде всего затрат живого труда. Совершенствование организации производства в настоящее время представлено двумя основными школами: американской и японской. Например, сокращение издержек производства японских автомобилестроителей фирмы «Тоета» по сравнению с американскими автомобильными фирмами достигается путем организации производства по методу «точно вовремя».

Метод «точно вовремя» является сердцевиной управления производством фирмы «Тоета». Он способствует росту эффективности, ускоряет оборачиваемость капитала. Новая система управления развивает лучшие черты прежних систем управления Ф.Тейлора и конвейерной системы Г.Форда. Согласно методу «точно вовремя» качество продукции зависит от строгого контроля за производственными процессами, а не от проверки уже изготовленных товаров. Большие запасы сырья — это помеха, увеличивающая издержки производства. Сырье должно поступать небольшими партиями. Рабочие получили право останавливать производственную линию при обнаружении брака. На заводах «Тоета» практически все рабочие участвуют в кружках качества. Здесь они получили возможность предлагать различные пути улучшения производства, повышения качества продукции. Предложения рабочих материально поощряются;

4) внедрение роботов и робототехники. Оно заметно снижает затраты на заработную плату, особенно в тех странах, где существует высокий уровень заработной платы. В связи с этим в классификации издержек производства появляется новая статья затрат — прямые машинные издержки. Они включают затраты на аренду, страхование, налоги, износ, текущий ремонт и обслуживание, заработную плату и дополнительные льготы оператору, энергию в связи с эксплуатацией робототехники;

5) государственное регулирование экономических процессов. В снижении издержек значительная роль принадлежит государственным программам в области НТП и государственным стандартам. Например, соответствующие программы в области энергетики позволили компенсировать фирмам возрастание цен на нефть и другие топливно-энергетические ресурсы.

Следует отметить, что деятельность фирмы по снижению себестоимости, как правило, требует дополнительных издержек. Затраты, связанные со снижением себестоимости, только тогда будут эффективными, если рост полезного эффекта производимой продукции превышает затраты на обеспечение экономии. В итоге должна быть получена экономия в расчете на единицу полезного эффекта продукции. На практике это часто принимает такие формы, как, например, снижение себестоимости (стоимости) единицы производственной мощности металлообрабатывающего станка, единицы тяговой мощности трактора, единицы моторесурса автомобиля, единицы памяти электронной техники.

Характерной особенностью себестоимости как категории товарного производства является то, что она выступает в денежной форме Осуществив прогностическую ретроспекцию или предположив гипотетическую ситуацию, можно сказать, что стоимостной формы продукции может и не быть, а вместе с ней и денежной формы учета издержек производства. Тогда исчезнет и себестоимость как специфическая категория товарного хозяйства. Издержки же производства останутся, появится только иная, трудовая форма их учета.

24.3. Чистый доход и прибыль фирмы

Выделение чистого дохода фирмы как специфической экономической формы производимого продукта обусловлено господствующими в обществе производственными, рыночными и надстроечными отношениями. Движение к сущности чистого дохода может быть осуществлено путем последовательного анализа валовой и товарной продукции, а также валового дохода предприятия.

Совокупность потребительных стоимостей, произведенных за определенный промежуток времени (месяц, квартал, год), в денежном выражении представляет валовую продукцию фирмы. Валовая продукция является собственностью фирмы, так как она создается с помощью средств производства, принадлежащих предпринимателю.

По стоимости валовая продукция фирмы делится на перенесенную стоимость потребленных средств производства (c) и вновь созданную стоимость ($v + m$). Часть стоимости продукции, равная c, по характеру использования представ-

ляет собой фонд возмещения. По натуральному составу фонд возмещения фирмы формируется за счет продукции различных отраслей экономики.

Часть валовой продукции фирмы, остающаяся после вычета фонда возмещения, представляет собой валовой доход фирмы. Валовой доход фирмы, как стоимостная категория, представляет собой денежную форму проявления вновь созданной стоимости. В то же время часть валовой продукции фирмы, в которой выражается вновь созданная стоимость, является чистой продукцией фирмы. Таким образом, чистая продукция и валовой доход есть две формы выражения затрат живого труда работников фирмы, а именно: натурально-вещественная и стоимостная (денежная).

Валовой доход фирмы является важной экономической категорией. Он служит источником расширения производства, а также формирования фонда заработной платы работников. Увеличение валового дохода фирмы в современных условиях осуществляется в основном за счет роста производительности труда, так как в производственной сфере увеличение численности занятых в настоящее время происходит очень незначительными темпами или совсем не происходит.

Различают созданный, реализованный и использованный валовой доход фирмы.

Созданный валовой доход фирмы — это вся величина вновь созданной стоимости живым трудом работников фирмы. Часть созданного валового дохода поступает государству, другим фирмам через систему цен на продукцию капиталопроизводящих отраслей и систему цен реализации продукции фирмы. В изъятии этой части валового дохода особая роль принадлежит политике диспаритета цен.

Оставшаяся часть валового дохода представляет реализованный валовой доход фирмы. Он поступает в ее распоряжение. Реализованный валовой доход фирмы существует в двух формах:

1) в форме денежного валового дохода, полученного от продажи продукции фирмы,

2) в идеальной форме цены, отражающей ту часть вновь созданной стоимости, которая воплощена в чистой продукции, распределяемой в натуральной форме, минуя сферу обращения. Данная часть валового дохода в большом объеме присутствует в продукции сельскохозяйственных фирм и предприятий.

Путем дальнейшего перераспределения в сфере обмена часть реализованного валового дохода дополнительно поступает государству в виде налога на прибыль. После этого на фирме формируется валовой доход, который используется на внутрихозяйственные нужды. Это и есть использованный фирмой валовой доход.

Совершенно очевидно, что распределение созданного валового дохода между фирмами и государством имеет огромное значение для развития их экономики. Если остающаяся в распоряжении фирм часть валового дохода невелика, то обеспечить оптимальные темпы развития производства оказывается невозможным. Например, до 1965 г. изъятия из созданного валового дохода сельскохозяйственных предприятий России были чрезмерными и составляли 50,4% его величины. Такое распределение валового дохода не создавало условий для формирования необходимого объема факторов производства, сдерживало развитие экономики сельского хозяйства. В 1965 г. были повышены цены на сельскохозяйственную продукцию, изменен порядок взимания подоходного налога, снижены цены на некоторые виды промышленной продукции. Экономические взаимоотношения между сельскохозяйственными предприятиями и государством изменились. Это позволило повысить уровень используемого ими валового дохода до 72% его создаваемой величины. И сельскохозяйственные предприятия обеспечили себе общественно необходимый уровень валового дохода на внутрихозяйственные нужды. В 1981 г. в сельском хозяйстве из 136,0 млрд. руб созданного валового дохода осталось 70,5 млрд. руб, т. е. 48,2% чистой продукции отрасли было изъято. В 1992 г. созданный валовой доход сельского хозяйства России уменьшился на 22% по сравнению с 1991 г., а его изымаемая часть возросла и составила 58,8%. В сложившихся условиях сельскохозяйственные предприятия не имеют экономических возможностей осуществлять расширенное воспроизводство.

На основе отношений производства и первичного распределения созданный валовой доход фирмы распадается на стоимость необходимого и прибавочного продукта. В дальнейшем валовой доход перераспределяется в фонд потребления и фонд накопления фирмы, которые являются конечными формами использования необходимого и прибавочного продукта. Фонд потребления фирмы распределяется по следующим направлениям:

1) формирование фонда заработной платы;

2) отчисления на нужды социального страхования и пенсионного обеспечения;

3) отчисления на культурно-бытовые мероприятия;

4) отчисления в фонд материальной помощи и материального поощрения.

Фонд накопления фирмы распределяется по следующим направлениям:

1) на увеличение основных средств (накопление в основной капитал);

2) на увеличение оборотных средств (накопление в оборотный капитал);

3) отчисления на прирост резервных и страховых фондов.

Если из валового дохода вычесть фонд заработной платы, то оставшаяся часть вновь созданной стоимости будет представлять чистый доход фирмы. В процессе отношений распределения и перераспределения чистый доход фирмы распадается на две части:

1) одна часть поступает государству и в конечном итоге используется на удовлетворение общественных потребностей;

2) другая часть используется для удовлетворения потребностей работников фирмы.

Интерес представляют фактические данные о динамике анализируемых показателей в сельскохозяйственных предприятиях России (табл. 24.2).

Таблица 24.2

Основные показатели сельскохозяйственных предприятий России (в фактически действовавших ценах), млрд. руб

Показатель	1980 г.	1985 г.	1990 г.	1992 г.
Валовая продукция сельского хозяйства	48,0	78,0	111,0	1682,0
Валовой доход сельского хозяйства	13,2	30,8	58,6	1039,7
Фонд оплаты труда работников сельского хозяйства	16,4	20,5	28,9	372,1
Чистый доход сельского хозяйства	−3,2	10,3	29,7	667,6

Таким образом, чистый доход фирмы — это часть стоимости валовой продукции фирмы, остающаяся после возмещения ею себестоимости. Нетрудно получить следующую стоимостную формулу чистого дохода фирмы: $c + v + m - (c + v_1 + m_c) = v_2 + m_r$ (где v_2 — общественные фонды потребления фирмы, m_r — используемая фирмой часть прибавочного продукта). Как видим, форму чистого дохода принимает значительная часть необходимого и прибавочного продукта фирмы.

Объем чистого дохода, который используется фирмой на производственные и социальные нужды, зависит от ряда факторов:

1) от общего объема производимой валовой и товарной продукции. При прочих равных условиях размер чистого дохода увеличивается прямо пропорционально этому показателю;

2) от производительности труда. Она, с одной стороны, увеличивает размер производимой валовой продукции, а с другой стороны, снижает себестоимость продукции. В результате происходит ускоренный рост чистого дохода;

3) от снижения себестоимости продукции. Все многочисленные пути снижения себестоимости при прочих равных условиях способствуют увеличению чистого дохода;

4) от изменения цен. Влияние этого фактора на величину чистого дохода не является однозначным. Рост цен, с одной стороны, ведет к увеличению объема оцениваемой валовой продукции (также и реализуемой ее части), а другой — сказывается на увеличении себестоимости производимой продукции. В каждом конкретном случае для определения изменения объема чистого дохода, обусловленного колебанием цен, необходимы дополнительные расчеты.

Применительно к сельскохозяйственным предприятиям (это может быть отнесено и к фирмам ряда других отраслей) различают две формы чистого дохода:

1) денежную форму. Денежная часть чистого дохода представляет собой прибыль, полученную от реализации товарной сельскохозяйственной продукции;

2) натуральную (стоимостную) форму. Натуральная (стоимостная) часть чистого дохода, минуя товарно-денежную форму, идет на внутрихозяйственное потребление в натуральном виде (семена, корма, молодняк животных для воспроизводства основного стада, многолетние насаждения, страховые натуральные фонды, органические удобрения).

Важнейшей экономической формой чистого дохода является прибыль фирмы. Прибыль как экономическая категория существует в различных способах производства. Она была присуща рабовладельческой и феодальной формациям в виде ростовщической и торговой прибыли. Сохраняется она и в современном производстве как основная форма прибавочного продукта.

Различают валовую и чистую прибыль фирмы.

Валовая прибыль — это часть валовой продукции, которая поступает фирме и количественно равна разности между денежной выручкой, полученной от реализации продукции, и себестоимостью продукции. Чистая прибыль фирмы представляет валовую прибыль за вычетом отчислений из нее государству (прежде всего, налога на прибыль). Чистая прибыль остается в распоряжении фирмы и используется ею на внутрихозяйственные нужды. В таком случае финансовые итоги коммерческой деятельности фирмы находят выражение в категории прибыли.

Прибыль создается в сфере производства. Но свою специфическую экономическую форму она приобретает в сфере обращения, а именно, в процессе реализации созданной продукции. Прибыль — это категория сферы обращения, без которой реальной прибыли не существует. Прибыль формируется в каналах обращения в ходе конкурентной борьбы товаропроизводителей, в условиях постоянных изменений рыночной конъюнктуры, спроса и предложения товаров.

Прибыль фирмы является важнейшим обобщающим показателем эффективности ее производственной и коммерческой деятельности. Прибыль — это цель и движущий мотив функционирования фирмы. Источником прибыли, как и чистого дохода, является часть необходимого и прибавочного продукта. Вместе с тем прибыль отличается от чистого дохода следующими моментами:

1) прибыль представляет только часть чистого дохода, представленную в реализованной части продукции. Полный объем чистого дохода может быть определен по всей валовой продукции, например, и по семенам, и по кормам, которые не продаются, а потому и не приносят прибыли;

2) чистый доход является более глубинной категорией, расположенной ближе к стоимости продукции. Прибыль же представляет поверхностную форму проявления чистого дохода. Она является однопорядковой категорией с себестоимостью продукции;

3) в прибыли учитываются результаты всей финансовой деятельности фирмы. В нее включаются не только коммерческие результаты от ее производственной деятельности, но и прочая прибыль (например, погашенная задолженность, страховые поступления за возмещение ущерба), а также сминусованные убытки (например, от жилищно-коммунального хозяйства, от стихийных бедствий) и просроченные задолженности. На чистом доходе фирмы эти финансовые операции и результаты никак не отражаются.

Прибыль, как обобщающий синтетический показатель, подвержена влиянию многочисленных как экстенсивных, так и интенсивных факторов. Ее величина определяется:

1) уровнем производительности труда. С ростом производительности труда растет объем производимой и реализуемой продукции, снижается ее себестоимость. А это все увеличивает прибыль;

2) экономией материальных и трудовых затрат на производство продукции. Рост капиталоотдачи, снижение материалоемкости и трудоемкости производства продукции при прочих равных условиях способствуют росту прибыли фирмы;

3) изменением структуры производства и ассортимента производимой продукции. Повышение доли производимых высокоприбыльных видов продукции в составе валовой продукции способствует росту получаемой валовой и чистой прибыли;

4) уровнем цен. Рост рыночных цен на производимую фирмой продукцию при прочих равных условиях прямо пропорционально влияет на объем получаемой ею прибыли. Наоборот, рост цен на закупаемые фирмой средства производства и рабочую силу снижает ее прибыль;

5) скоростью общего оборота авансированного капитала. Ускорение оборачиваемости функционирующего капитала фирмы ведет или к экономии основных и оборотных средств, или к росту объема производимой продукции, что и в одном, и в другом случае увеличивает прибыль фирмы;

6) распределением денежной части чистого дохода на чистую прибыль и отчисления государству. Экономически неоправданное, чрезмерное изъятие государством части чистого дохода фирмы уменьшает при прочих равных усло-

виях ее чистую прибыль и возможности стабильного функционирования экономики.

Фирма стремится увеличить свою прибыль по всем этим направлениям, что имеет позитивное значение в ее производственной и коммерческой деятельности. Однако здесь могут проявиться и негативные стороны прибыли. Отдельные фирмы могут попытаться увеличить свою прибыль за счет грубого искажения ассортимента своей производимой продукции в пользу более прибыльных изделий, за счет неоправданного завышения цен реализации, путем необоснованного снижения затрат по ряду направлений деятельности фирмы. Это ущемит экономические интересы партнеров фирмы, снизит ее имидж, а в конечном итоге может привести и к банкротству.

Сущность прибыли как экономической категории проявляется в ее трех функциях:

1) прибыль используется в качестве показателя оценки итогов производственной и коммерческой деятельности фирмы. В прибыли отражаются все стороны деятельности фирмы как в сфере производства, так и в сфере обращения. Однако прибыль не является универсальным показателем работы фирмы. Многофакторность категории прибыли вызывает необходимость наряду с прибылью использовать другие показатели эффективности производства (объем реализованной продукции, производительность труда, капиталоотдачу, материалоемкость, скорость оборота авансированного капитала);

2) распределительная функция прибыли. Прибыль используется в качестве финансового рычага распределения и перераспределения прибавочного продукта между фирмой и государством, между фирмой и отраслью, между фирмой и ее работниками, между производственной и непроизводственной сферами;

3) стимулирующая функция прибыли. Она связана с процессом экономического стимулирования фирмы и ее работников. Прибыль используется для формирования поощрительных фондов фирмы, а также в качестве источника капитальных вложений и расширения производства на базе технического прогресса.

В экономической литературе западных стран количественное определение прибыли практически совпадает с приведенной выше ее трактовкой: прибыль составляет разницу между стоимостью продаж и издержками производства. Однако качественные характеристики прибыли весьма разнообразны и противоречивы: то прибыль представляет весь доход на капитал в виде процента, то прибыль объединяет все формы доходов на факторы производства — процент, заработную плату, плату за управление, то прибыль представляет плату за риск, за неопределенность результатов предпринимательской деятельности, то прибыль представляет доход антрепренеров, осуществляющих внедрение инноваций.

Все приведенные толкования прибыли имеют под собой определенные экономические основы и вполне реалистичны. Но прибыль является общей экономической категорией и нуждается в четком научном определении и понимании.

24.4. Экономическое содержание рентабельности

Экономически важно иметь представление не только о массе получаемой прибыли, но и знать относительный уровень прибыли фирмы. Дело в том, что равная прибыль может быть получена при различных затратах материальных и трудовых ресурсов. Абсолютная величина прибыли безотносительно к функционирующему капиталу фирмы мало что говорит. Так, годовая прибыль в 1 млрд. руб для фирмы с капиталом в 10 млрд. руб представляет неплохой экономический результат. Но для фирмы с капиталом в 100 млрд. руб данный размер прибыли представляет ничтожно малый размер. Поэтому величину прибыли за год сопоставляют с функционирующим капиталом фирмы.

Относительный уровень прибыли представляет собой рентабельность.

Рентабельность характеризует конечный результат деятельности фирмы за определенный период и определяется величиной полученной прибыли по отношению к функционирующему капиталу фирмы. Рентабельность комплексно отражает степень использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также эффективность применяемых авансированных средств.

Максимальная прибыль и высокая рентабельность являются движущим мотивом, целью деятельности фирмы. Раз-

личают макроэкономическую и микроэкономическую рентабельность.

Макроэкономическая рентабельность выражает интересы всего общества и способствует подъему жизненного уровня всех членов общества. Ее повышение обеспечивается ростом производства, развитием научно-технического прогресса, увеличением производительности труда, вовлечением в оборот богатейших природных ресурсов. Она зависит также от развития прогрессивных отраслей макроэкономики, углубления концентрации, специализации и кооперирования производства, от рационального размещения производительных сил по территории страны, экономических районов и регионов. Основой повышения макроэкономической рентабельности является углубление интенсификации производства.

Уровень макроэкономической рентабельности ($Р_{макр}$) определяется как отношение величины чистого продукта общества (ЧП) к ресурсам общественного труда ($Т_{общ}$), функционирующего в макроэкономике:

$$Р_{макр} = ЧП / Т_{общ}. \qquad (24.1)$$

Уровень макроэкономической рентабельности представляет высший макроэкономический критерий эффективности функционирования фирм. Его повышение обязательно сопровождается ростом жизненного уровня членов общества и стабильностью темпов и пропорций расширенного воспроизводства в макроэкономике.

Макроэкономическая рентабельность имеет в своей основе микроэкономическую рентабельность фирм. Микроэкономическая рентабельность позволяет фирмам за счет сумм от реализации продукции возмещать издержки производства и получать часть чистого дохода в форме прибыли. Повышение микроэкономической рентабельности означает увеличение прибыли на каждый рубль авансированного основного и оборотного капитала фирмы.

Уровень микроэкономической рентабельности измеряется двумя показателями:

1) показателем нормы прибыли ($Н_{пр}$). Она исчисляется как отношение величины прибыли (Пр) к сумме основного и оборотного капитала (К), т. е. авансированным фирмой ресурсам долговременного характера:

$$Н_{пр} = Пр / К \cdot 100. \qquad (24.2)$$

Норма прибыли ориентирует фирмы на улучшение использования всех производственных ресурсов, всего объема авансированного капитала, на выявление резервов повышения эффективности производства. Нижней границей нормы прибыли является такой ее уровень, который обеспечивает возможность производить за счет прибыли первоочередные платежи (налоги, рентные платежи, проценты банкам за кредит) и формировать фонды накопления и экономического стимулирования. В России для большинства отраслей промышленности в оптовых ценах норма прибыли была принята в размере 15%. Как свидетельствуют расчеты, оптимальная норма прибыли составляет 20—25%. Фактически норма прибыли в промышленности составила в 1980 г. — 12,5%; в 1985 г. — 12,5; в 1990 г. — 12,0; в 1991 г. — 23,1; в 1992 г. — 38,3%;

2) показателем нормы рентабельности ($Н_{рен}$). Она исчисляется как отношение прибыли (Пр) к себестоимости продукции (Сб):

$$Н_{рен} = Пр / Сб \cdot 100. \qquad (24.3)$$

Данный показатель характеризует эффективность текущих затрат. Он не отражает эффективности использования всего авансированного основного и оборотного капитала. Если норма рентабельности выше нуля, это означает, что фирма не только окупила все издержки производства, но и, кроме этого, получила определенную прибыль на каждый затраченный рубль. Согласно расчетам, оптимальная норма рентабельности должна составлять 40—50%. Фактически норма рентабельности для всех организационных форм сельскохозяйственных предприятий составила в 1980 г. — −9%; в 1985 г. — 16; в 1990 г. — 37; в 1991 г. — 43; в 1992 г. — 68%.

Микроэкономическая рентабельность является коммерческим критерием эффективности производственной деятельности фирмы, ее частным критерием. Микроэкономическая рентабельность — это элемент в высшей макроэкономической рентабельности, в ее общем критерии. Тенденция микроэкономической рентабельности фирм и отраслей только тогда оказывается прогрессивной, если она находит выражение в росте макроэкономической рентабельности и, как

результат, в повышении жизненного уровня членов общества.

В капиталистических странах фирмы применяют различные подходы к расчету рентабельности, в частности, показателя нормы прибыли. Она рассчитывается здесь следующими методами:

1) норма прибыли как отношение величины прибыли к объему продаж фирмы:

$$p' = \text{Пр} / \text{ОП}, \quad (24.4)$$

где p' — норма прибыли; Пр — величина прибыли; ОП — объем продаж.

Этот метод расчета нормы прибыли характеризует ее отношение к потребленному в производстве капиталу;

2) норма прибыли как отношение величины прибыли к акционерному капиталу фирмы:

$$p' = \text{Пр} / \text{АК}, \quad (24.5)$$

где p' — норма прибыли; Пр — величина прибыли; АК — сумма акционерного капитала.

Этот метод характеризует измерение прибыли относительно собственного акционерного капитала фирмы или корпорации;

3) норма прибыли как отношение величины прибыли к активам фирмы:

$$p' = \text{Пр} / \text{АТ}, \quad (24.6)$$

где p' — норма прибыли; Пр — величина прибыли; АТ — размер активов фирмы.

Этот метод характеризует степень возрастания всего примененного капитала фирмы;

4) норма прибыли как отношение величины прибыли к размеру чистого воспроизводимого осязаемого капитала фирмы:

$$p' = \text{Пр} / \text{ЧВОК}, \quad (24.7)$$

где p' — норма прибыли; Пр — величина прибыли; ЧВОК — чистый воспроизводимый осязаемый капитал фирмы.

Данный метод характеризует уровень рентабельности различных элементов постоянного капитала (зданий, сооружений, оборудования, сырья, материалов). Различные методы расчета рентабельности отражают различные относительные оценки доходности капитала фирмы.

Росту рентабельности фирмы служит рациональное распределение ее прибыли. Распределение прибыли фирмы осуществляется в интересах:

— обеспечения стимулирующей роли прибыли в достижении высоких показателей производства и товарного обмена фирмы;

— использования прибыли в качестве важного источника финансирования капитальных вложений и формирования оборотного капитала;

— установления прямой зависимости между методами изъятия части прибыли в федеральный и местные бюджеты и степенью эффективности использования основного и оборотного капитала фирмы;

— усиления экономической заинтересованности фирмы в более полном выявлении резервов роста производства и снижении себестоимости продукции.

Полученная фирмой валовая прибыль распределяется по следующим направлениям финансовых взаимоотношений:

1) уплата федеральных и местных налогов. Они относятся к первоочередным платежам из прибыли и признаны обеспечить финансовую основу функционирования органов центральной и местной власти;

2) рентные платежи. С их помощью изымается устойчивая добавочная прибыль, которая возникает при осуществлении производства в лучших природных условиях. Эти платежи взимаются с фирм, функционирующих в сельском хозяйстве, добывающей промышленности, лесном хозяйстве;

3) уплата процентов за пользование кредитом. В периоды кризисов процентные ставки достигают большой величины и на их оплату фирмы расходуют немалую часть своей прибыли;

4) выделение резервного капитала и резервных фондов. Они призваны обеспечить устойчивое функционирование акционерного капитала, стабильность производственных процессов фирмы даже в условиях внеэкономических потрясений (пожары, наводнения, заморозки, засухи, эпидемии, эпизоотии);

5) формирование специальных фондов:

— фонд накопления. Прежде к нему был близок фонд развития производства. Используется он на строительство производственных зданий, приобретение новой техники и оборудования. За счет его средств может увеличиваться и оборотный капитал фирмы;

— фонд потребления. Прежде к нему был близок фонд материального поощрения. Из этого фонда выплачиваются премии, единовременные пособия, дополнительная заработная плата;

— фонд средств социальной сферы. Прежде к нему был близок фонд социально-культурных мероприятий и жилищного строительства. За счет этого фонда строят жилые дома, детские ясли и сады, школы, дома культуры, больницы, санатории, дома отдыха, приобретаются путевки в здравницы.

Глава 25. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА ФИРМЫ. ЦЕНОВОЙ МЕХАНИЗМ

25.1. Рынки факторов производства. Редкость, ограниченность, спрос и предложение факторов производства

Товар создается всеми факторами производства: землей, трудом, капиталом. Одни из них оказывают большее влияние на формирование потребительной стоимости, другие — на создание стоимости товара. Как интересно подчеркивал У.Петти, труд — отец богатства, земля — его мать. Невозможно определить, кто более важен для рождения богатства как совокупности товаров — мать или отец.

Невозможно в большинстве случаев определить, насколько товар обязан своему возникновению тому или иному фактору производства. Факторы в процессе производства взаимодействуют друг с другом, замещают друг друга, увеличивая эффективность.

Чтобы осуществился процесс производства, предприниматель должен купить все факторы производства. Наряду с рынком потребительских товаров, существует рынок товаров производственного назначения. Факторы производства поступают в рыночный оборот.

Рынки факторов производства — это сферы товарного оборота таких важнейших ресурсов хозяйственной деятельности, как земля, природные ископаемые, искусственные сырьевые ресурсы, ресурсы труда разнообразных профессий, квалификаций и специальностей, капитально-технические ресурсы. Если сказать коротко, то рынки факторов производства можно сгруппировать по важнейшим видам ресурсов и подразделить на рынок земли, рынок труда и рынок капитала.

Названные основные группы рынков факторов производства не исчерпывают весь рыночный оборот производственного назначения. В развитой рыночной экономике товары производственного назначения очень многочисленны, могут насчитывать миллионы наименований, а самое главное, постоянно под влиянием научно-технического прогресса изменяются и обновляются. В современной экономике рынки факторов производства обязательно включают информацию, знания, интеллект, инновации, способы их передачи, в частности, информационные технологии.

Рынки факторов производства теснейшим образом переплетены и взаимодействуют с рынком денег, а также с рынком ценных бумаг. Деньги и ценные бумаги (прежде всего акции, облигации, закладные листы) опосредствуют движение факторов производства в каналах обращения.

Рынки факторов производства регулируются экономической политикой государства. Особенно важным и необходимым является законодательное регулирование рыночного оборота земли и труда, представляющих особую социальную ценность. Рынки земли и труда не должны истощать богатство нации. Наоборот, развитие рыночного оборота первичных ресурсов должно способствовать их сохранности и приумножению для будущего. Государство, стимулируя развитие производства, должно законодательно и экономически смягчать и снимать негативные тенденции рыночного оборота товаров производственного назначения.

В России рынки факторов производства пока что полностью не сформированы. Не изменились отношения собственности на землю, подавляющая ее часть остается в

собственности государства. Купля-продажа земли законодательно разрешена. Но практически в рыночный оборот участки земли почти не поступают. Не сформировался пока в полном объеме и рынок труда. Рабочая сила высвобождается с находящихся на грани банкротства государственных предприятий, появилась устойчивая безработица. Однако эффективных форм ее рыночного оборота пока нет. А существующие службы занятости пока не пользуются рыночными каналами перераспределения рабочей силы и не решают многих проблем.

Негосударственный сектор российской экономики только формируется. Он представлен акционерными предприятиями и фирмами в промышленности, строительстве, торговле, на транспорте, в сфере услуг, крестьянскими хозяйствами. Начала развиваться рыночная инфраструктура: возникли коммерческие банки, фондовые биржи, биржи недвижимости, товарно-сырьевые и товарные биржи, инвестиционные фонды, биржи труда и занятости для безработных.

Но несмотря на эти структурные изменения, в российской экономике сохраняется государственное монопольное владение и пользование ресурсами. Они еще свободно не поступают на рынки, не сформирована конкурентная среда в области ценообразования на важнейшие факторы производства. Новые акционерные фирмы пока еще тесно связаны с государственной экономикой и проходят в своем развитии вынужденную стадию адаптации и сохраняющемуся государственному монополизму в распределении ресурсов. Государственный монополизм в этой области дополняется и другими его формами — монополизмом собственности, управления, на информацию и технологическим монополизмом.

В каждый данный момент времени существует ограниченность факторов производства. Эта ограниченность вытекает из несоответствия между производительной и потребительной силой общества. Возможности удовлетворения общественных потребностей на основе имеющихся ресурсов всегда ограничены. Потребности стимулируют развитие производства. Возросший экономический потенциал общества позволяет преодолеть ограниченность факторов производства по отношению к прошлым потребностям.

Ограниченность, редкость факторов производства имеет, как правило, не абсолютный, а относительный характер. Хотя, конечно, можно говорить об абсолютной ограниченности вовлекаемых в рыночный оборот природных ресурсов и рабочей силы, объем которой задан демографическими процессами. В то же время существуют просто уникальные ресурсы, которые необходимы для производственного использования. Понятие ограниченности, редкости ресурсов отражает то объективное обстоятельство, что при данном уровне и темпах экономического развития увеличение как отдельного фактора производства, так и их совокупности имеет предел.

Ограниченность, редкость факторов производства приводит к одновременному использованию как передовых, так и устаревших видов техники и технологий, выполняющих одну и ту же производственную функцию. Хорошо понятно, что возможности экономического роста зависят от имеющихся факторов и их сочетания. Отсюда вытекает ряд принципов, позволяющих в известных пределах преодолевать дефицитность факторов производства. К ним относятся: взаимозаменяемость и взаимозамещение одних факторов другими, минимизация издержек производства, обеспечение предельной доходности любого фактора производства, достижение экономического равновесия, когда предельные издержки равны предельному доходу.

Экономическая конкуренция между фирмами ведет к наиболее эффективному использованию ограниченных и редких ресурсов общества. Конкуренция путем установления цен на факторы производства распределяет между фирмами ограниченные ресурсы таким образом, чтобы максимизировать удовлетворение потребностей членов общества. При этом эффективное использование ограниченных ресурсов требует выполнения двух условий:

1) ресурсы должны быть распределены между фирмами и отраслями так, чтобы можно было обеспечить выпуск необходимого ассортимента товаров, которые нужны для удовлетворения общественных потребностей. Это так называемая эффективность распределения ресурсов;

2) необходимо, чтобы каждый товар из этого нужного ассортимента производился с наименьшими издержками производства. Это так называемая производственная эффективность.

Термин редкость ресурсов широко используется в экономической теории развитых стран. Согласно австрийской школе предельной полезности оценка ресурсов, факторов

производства зависит от их редкости. Ограниченность ресурсов приводит в движение механизм ценообразования на факторы производства, который испытывает на себе влияние спроса и предложения основных экономических ресурсов на рынке.

Спрос на факторы производства имеет экономическую специфику. Его специфической чертой является то, что спрос на факторы производства имеет производный, вторичный характер по сравнению со спросом на потребительские товары. Спрос на экономические ресурсы является производным спросом, т. е. производным от готовых товаров и услуг, которые будут произведены с помощью данных факторов производства. Ресурсы удовлетворяют потребности людей не прямо, а косвенно, через производство товаров и услуг.

Люди хотят потреблять различные продукты питания, изготовленные с помощью ресурсов, а не сами ресурсы. Вот почему производный характер спроса на факторы объясняется тем, что потребность в них возникает лишь в том случае, если с их помощью могут быть произведены пользующиеся спросом конечные потребительские товары.

Производный характер спроса на факторы производства означает, что устойчивость спроса на любой фактор будет определяться двумя обстоятельствами:

1) производительностью фактора при создании товара. Ресурс, который является высокопродуктивным при производстве товара, высоко оценивается предпринимателями и будет пользоваться большим спросом;

2) рыночной ценой товара, произведенного с помощью данного фактора производства. Фактор может быть феноменально производительным, но в производстве очень дорогих товаров. Их никто не захочет и не сможет купить. На этот фактор производства не будет никакого спроса.

Спрос на любой фактор производства может возрастать или снижаться в зависимости от того, возрастает или снижается спрос на потребительские товары, созданные с помощью данного фактора производства. Спрос на факторы производства предъявляют только предприниматели, так как лишь они способны организовать производство необходимых обществу товаров и услуг. Предприниматели стремятся обнаружить резервы и возможности увеличения производства, не замеченные конкурентами. Они анализируют рынки

факторов производства, их цены, маркетинговую информацию о товарах, издержках производства и обращения, о размерах предложения товаров потребительского и производственного назначения.

Для организации производства необходимы многие факторы: земля, труд, техника, материалы, энергия, сырье. Предприниматель, покупая их, замечает, что они в определенной степени могут взаимно заменяться и дополняться. Например, живой труд может быть частично заменен техникой, а природные сырьевые материалы могут быть заменены искусственно созданным сырьем. Различные факторы производства взаимодействуют, взаимодополняют друг друга, сопряжены друг с другом только в едином производственном процессе. Каждый в отдельности фактор производства оказывается малопригодным: не возделываемые трудом и техникой земли пустуют и превращаются в залежь, не используемая живым трудом техника ржавеет и превращается в рухлядь, не вооруженный постоянным капиталом живой труд мало на что способен и отличается очень низкой производительностью.

В этих условиях изменение цен на один из факторов производства вызывает изменение объема его использования, а также меняет объем использования других факторов производства. Изменяется и уровень цен на другие факторы. Например, высокая заработная плата и относительно низкие цены на технику и оборудование приведут к тому, что снизится спрос на труд. А на технику и оборудование, способные заменить дорогостоящих рабочих, спрос возрастает. Сохранение этой тенденции приведет к росту цен на технику и снижению уровня заработной платы, поскольку предложение труда начнет превышать его спрос. В итоге может возникнуть обратное движение замены дорогостоящей техники дешевым трудом и т. д.

Таким образом, спрос на факторы производства — это взаимозависимый спрос. Объем каждого привлекаемого в процессе производства ресурса зависит от уровня цен не только на данный ресурс, но и на все остальные сопряженные с ним факторы производства. Рынок формирует информацию о движении цен на каждый экономический ресурс.

С динамикой цен связано движение эластичности спроса на каждый фактор производства. Спрос более эластичен на те факторы, которые при прочих равных условиях имеют

более низкую цену. С этих позиций осуществляется взаимозамещение, вытеснение дорогостоящих факторов производства более дешевыми, удается снижать издержки производства. Эластичность спроса на каждый фактор производства может изменяться в зависимости:

1) от уровня доходов фирмы и спроса на выпускаемую ею продукцию;

2) от возможностей взаимозамещения применяемых в производстве экономических ресурсов;

3) от наличия рынков взаимозаменяемых факторов производства;

4) от стремления фирмы к освоению новых технологий, к внедрению инноваций и достижений научно-технического прогресса.

На рынке в условиях конкуренции цены факторов производства формируются под влиянием как спроса, так и предложения.

Предложение факторов производства — это то их количество, которое может быть представлено на рынке по существующим в данный момент ценам.

На рынках факторов производства спрос порождает предложение экономических ресурсов. В этом отношении рынки факторов производства ничем не отличаются от рынков потребительских товаров. Вместе с тем рынки факторов производства имеют существенные особенности. Предложение здесь зависит от спецификации каждого фактора производства и обусловлено ограниченностью, редкостью экономических ресурсов. Предложение ресурсов ограничено по сравнению с потребностью фирм в них для производства общественно необходимых благ и услуг. Если бы предложение экономических ресурсов не было ограниченным, то факторы производства были бы бесплатными, как родниковая вода, кислород атмосферного воздуха, экваториальное тепло. Тогда бы потребности людей в экономических ресурсах были бы полностью удовлетворены. Оказались бы ненужными рынки каких-либо товаров, стала бы ненужной и экономика как сфера создания конкурентных товаров. Члены общества перестали бы о ней даже задумываться.

Однако в экономической действительности ресурсы ограничены. И предприниматели заинтересованно следят за объемами производства экономических ресурсов и их предложением на рынках, за количеством пригодных к использованию трудовых ресурсов и земель, за динамикой цен на

факторы производства. На этой основе разрабатываются прогнозы, меняется производственная ориентация и специализация фирм, происходят структурные сдвиги в макроэкономике и в мировой экономике, может вообще в целом смениться ресурсное обеспечение производственных процессов (вместо пара — электричество, вместо природного каучука — искусственный каучук, вместо металла — пластмассы и т. п.).

Вывод из всего сказанного может быть сделан только один: предложение факторов производства испытывает на себе влияние ограниченности, редкости ресурсов. В этом заключается важнейшая особенность всех рынков, в том числе и рынков факторов производства.

Предложение каждого фактора производства имеет различную эластичность. Причиной этого явления также является ограниченность, редкость ресурсов. Например, предложение на рынке земли чаще всего оказывается неэластичным, потому что размеры ее четко определены, площади земли практически не изменяются. Альтернативного экономического ресурса, который мог бы заменить землю, не существует. Земля в сельском и лесном хозяйстве представляет собой уникальный, относительно невоспроизводимый экономический ресурс.

Предложение на рынке ресурсов сырья оказывается более эластичным, если найдены альтернативные, взаимозаменяемые, искусственные виды сырья и материалов (синтетический каучук, синтетические волокна, маргарин и т. п.) Без заменителей запасы полезных ископаемых и природного сырья оказываются очень ограниченными и невоспроизводимыми.

Объем трудовых ресурсов в каждый данный момент времени является ограниченным, фиксированным и относительно медленно изменяющимся. Но эластичность предложения рабочей силы (труда) может быть значительно повышена путем реализации направлений достижения полной занятости, снижения безработицы, осуществления автоматизации, компьютеризации и роботизации производственных процессов фирмы при заданном уровне заработной платы.

Предположим, что на рынке продаются n экономических ресурсов. Обозначим: $P_1, P_2 \ldots P_i, \ldots P_n$ — их цены; Q_i — спрос на фактор производства i; I — инвестиции, т. е. та часть дохода, которая расходуется на приобретение факторов

производства. Тогда в общем виде функция спроса на ресурс i будет выглядеть следующим образом:

$$Q_i = f(P_1, P_2 \dots P_i \dots P_n, I). \qquad (25.1)$$

Согласно (25.1), спрос на экономический ресурс Q_i определяется тремя обстоятельствами: его ценой P_i, ценами других ресурсов ($P_1, \dots P_{i-1}, P_{i+1} \dots P_n$), инвестициями I. Рассмотрим зависимость спроса от цены фактора производства.

Предположим, что инвестиции и цены всех факторов производства, кроме i-го, постоянны. В этом случае связь цены (P_i) и спроса (Q_i) оказывается в условиях стабильного рынка достаточно простой: чем дороже ресурс, тем меньше найдется покупателей, готовых его приобрести, тем ниже будет спрос на этот фактор производства и наоборот. В развитой рыночной экономике действительно закономерными оказываются ситуации, когда спрос на экономические ресурсы изменяется именно как на рис. 25.1:

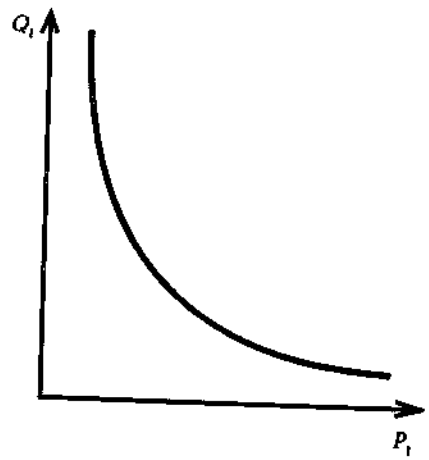


Рис. 25.1. Кривая спроса на экономический ресурс

На практике можно измерить степень воздействия цены на спрос, определить характер кривой, изображенной на рис. 25.1, ее крутизну. Показатель, который измеряет степень этого воздействия, называется прямым коэффициентом эластичности спроса по цене E_{pi}. Он устанавливает, на

сколько процентов увеличивается (уменьшается) спрос на ресурс при уменьшении (увеличении) его цены на 1%. Из графика понятно, что для этой функции прямой коэффициент эластичности спроса меньше нуля.

Прямой коэффициент эластичности спроса по цене определяется по формуле:

$$E_{pi} = (dQ_i / dP_i) \cdot (P_i / Q_i). \qquad (25.2)$$

Если функция спроса (25.1) носит линейный характер, то ее частная производная по P_i и прямой коэффициент эластичности имеют следующий вид:

$$Q_i = a + b_1 P_1 + \dots b_n P_n + CI; \qquad (25.3)$$

$$dQ_i / dP_i = b_i; \qquad (25.4)$$

$$E_{pi} = b_i \ (P_i / Q_i). \qquad (25.5)$$

Если предположить, что Q_i и P_i представляют средние значения спроса и цены на ряд прошлых лет, вычисленных на основе статистических данных, то все параметры формулы (25.5) окажутся известными величинами. И прямой коэффициент эластичности становится конкретным числом.

25.2. Виды и уровни цен на факторы производства

В самом начале следует указать на некоторую иррациональность цен на факторы производства. Самым важным в ценах на экономические ресурсы является то, что они представляют собой субстанцию денежных доходов основных социальных слоев населения. Расходы (цены), которые, с одной стороны, несут предприниматели при покупке факторов производства, с другой стороны, выступают как доходы собственников ресурсов в виде ренты, заработной платы, процента и прибыли. Собственники предлагают за определенные цены имеющиеся в их владении и распоряжении ресурсы земли, труда и капитала.

Рыночная экономика предполагает наличие собственни-

ретают форму капитального актива, обращающегося на рынке.

Каким образом оценивает предприниматель ожидаемый доход от капитального актива, скажем, станка, сравнивая этот доход с затратами на капитал? Ведь ожидаемый доход суммируется из ежегодных поступлений от эксплуатации станка в течение его срока службы, а при покупке станка необходимо платить за него сразу. Другими словами, необходимо определить, какую сумму надо заплатить за станок сейчас, чтобы через определенный срок его эксплуатации иметь желаемый доход.

В мировой практике подобные расчеты называются дисконтированием будущего дохода. А искомую первоначальную сумму, которую необходимо заплатить в настоящее время за станок, чтобы получить доход в будущем, называют дисконтированной или текущей стоимостью.

Для упрощения понимания сущности дисконтирования рассмотрим пример о получении дохода от вкладывания денег в банк. И в случае с приобретением станка, и в случае с вкладыванием денег человек должен решить для себя следующую проблему: какую сумму он должен потратить сейчас, чтобы через какой-то период времени (год, два, три) получить определенный доход.

Рассмотрим ситуацию с банком. Пусть процентная ставка равна 95% в год. Зададимся вопросом: какую сумму вкладчик должен поместить в банк, чтобы через год получить 1000 тыс. руб?

Если искомую сумму обозначить через PV, то легко получить следующее равенство: $PV \cdot (1 + 0{,}95) = 1000$. Отсюда нетрудно определить, что $PV = 1000 : 1{,}95 = 512{,}8$ тыс. руб. Именно эта сумма и есть дисконтированная величина одного миллиона рублей.

А какую сумму PV должен вложить в банк, чтобы получить 1000 тыс. руб через 3 года при этой же процентной ставке? В этом случае будет иметь место следующее равенство:

$$PV\ (1 + 0{,}95)(1 + 0{,}95)(1 + 0{,}95) = 1000.$$

Откуда

$$PV = 1000 : 1{,}95^3 = 1000 : 14{,}46 = 69{,}2 \text{ тыс. руб.}$$

Отсюда можно сделать следующий общий вывод о том, что дисконтированная стоимость PV любой суммы N через определенный период t при процентной ставке r будет

$$PV = N / (1 + r)^t. \qquad (25.6)$$

Рассмотрим еще один случай. Допустим, вкладчик намерен получать какой-то фиксированный доход из года в год или в течение бесконечного периода времени. Тогда перед ним встает вопрос: каким должен быть первоначальный вклад PV, чтобы он обеспечил ежегодный доход N, если процентная ставка равна r. В этом случае первоначальный вклад, или дисконтированная стоимость, будет составлять:

$$PV = N / r. \qquad (25.7)$$

Например, чтобы получать 1000 тыс. руб ежегодно при процентной ставке, равной 95%, нужно первоначально вложить $1000 : 0{,}95 = 1052{,}6$ тыс. руб.

Возьмем более общий случай определения дисконтированной стоимости для любой суммы, которая будет давать каждый год различный доход в течение конечного периода времени. В этом случае:

$$PV = N_1/(1+r) + N_2/(1+r)^2 + N_3/(1+r)^3 + \ldots + N_n/(1+r)^n, \quad (25.8)$$

где $N_1, N_2, \ldots N_n$ — ежегодные доходы в течение n лет.

Предположим, что предприниматель намерен купить станок, использовать его в течение трех лет и получить от его применения доход 8300 тыс. руб. Причем этот доход распределяется по годам следующим образом: 1500 тыс. руб в первый год эксплуатации; 2500 тыс. — во второй; 4300 тыс. руб — в третий. Пусть ставка процента составляет 75% в год. В таком случае дисконтированная стоимость станка составит:

$$PV = 1500 / 1{,}75 + 2500 / 1{,}75^2 + 4300 / 1{,}75^3 = 2476{,}3 \text{ тыс. руб.}$$

Если предположить, что ликвидационная (остаточная) стоимость равна нулю, то получится, что предприниматель должен заплатить за станок только 2476,3 тыс. руб, чтобы через 3 года эксплуатации станка получить 8300 тыс. руб дохода.

Допустим, что предприниматель имеет представление о дисконтированной стоимости станка. Как он будет принимать инвестиционное решение? Чтобы его принять, предприниматель сравнит предельные издержки на ресурс с предельным продуктом, произведенным с помощью дополнительно купленного станка. Другими словами, он сравнит цену спроса и цену предложения станка.

Цена спроса (*DP*) на капитальный товар — это самая высокая цена, которую мог бы заплатить предприниматель. Она равна дисконтированной стоимости ожидаемого дохода от использования приобретенного станка, т. е. $DP = PV$. Предприниматель не станет тратить на покупку станка больше этой суммы (больше цены спроса), так как в противном случае ему выгоднее вложить деньги в банк для получения процентов.

Обратимся вновь к нашему примеру. Пусть дисконтированная стоимость станка составляет 2476,3 тыс. руб. Имеет ли смысл предпринимателю покупать этот станок, скажем, за 2600 тыс руб? За три года эксплуатации станок принесет доход, состоящий из следующих двух слагаемых:

1) ожидаемый доход 8300 тыс. руб. Если предприниматель не получит этот доход, он не купит станок;

2) процент с дохода, полученного в ходе эксплуатации станка. Через год работы станка, согласно расчетам, доход предпринимателя составит 1500 тыс. руб. Эту сумму он может вложить в банк и за следующие два года увеличить свой доход на $1500 \cdot (1 + 0{,}75)^2 - 1500 = 3090$ тыс. руб.

За второй год эксплуатации станок даст доход 2500 тыс. руб. В банке за оставшийся третий год он принесет следующий доход: $2500 \cdot (1 + 0{,}75) - 2500 = 1875$ тыс. руб.

Следовательно, через три года эксплуатации станка предприниматель получит доход, составляющий $8300 + 3090 + 1875 = 13\,265$ тыс. руб.

Если бы он сразу вложил 2600 тыс. руб в банк под 75% годовых, то через 3 года он имел бы сумму $2600 \cdot (1 + 0{,}75)^3 = 13\,936$ тыс. руб.

Предприниматель, сравнивая эту сумму с доходом, который можно получить от эксплуатации станка (13 265 тыс. руб), придет к очень простому выводу, что ему не имеет смысла покупать станок и заниматься бизнесом, а лучше положить деньги в банк под процент на 3 года.

Цена предложения капитального товара (*SP*) определяется как сумма издержек производства этого товара, затрат на его реализацию и прибыли производящей его фирмы. Цена предложения — это продажная цена капитального ресурса, которая указывается в прейскуранте цен. Принципы формирования цены предложения будут рассмотрены ниже.

Если цена спроса превышает цену предложения капитального ресурса, то фирме имеет смысл приобретать дополнительные единицы этого ресурса, т. е. если $DP > SP$. В нашем примере дисконтированная стоимость станка (цена спроса) составляет 2476,3 тыс. руб, и 3 года эксплуатации станка принесут доход 8300 тыс. руб. Поэтому при любой продажной цене (цене предложения), меньшей 2476,3 тыс. руб, например в 2100 тыс. руб, предпринимателю будет выгодно приобрести этот станок. Доход от эксплуатации станка и в этом случае составит 8300 тыс. руб.

Ценой такого фактора производства как земля является рента, которая может составлять часть арендной платы. Сущность земельной ренты нами уже анализировалась. Рента, являясь ценой земли, уплачивается арендатором собственнику земли за предоставленную возможность ее производительного использования и получения прибыли.

На рынках факторов производства предложение земли является абсолютно неэластичным. Земля не имеет альтернатив взаимозамещения во многих сферах хозяйствования. Рыночный спрос на землю выступает важнейшим условием ценообразования, включающего ренту и арендную плату в издержки производства.

Спрос и цена на землю изменяются в соответствии с динамикой ставки (нормы) процента. Изменение цены земли в зависимости от уровня ссудного процента представляет собой разновидность дисконтирования такого экономического ресурса, каким является земля, ее недра, полезные ископаемые, расположенная на ней недвижимость. Дисконтированный размер ренты необходим при заключении договоров аренды об использовании земли на тот или иной срок.

Дисконтирование ренты, т. е. исчисление дохода как цены земли, получаемого за определенный срок капитализации ренты, определяется по следующей формуле:

$$Z = \Sigma_R / r \cdot 100, \qquad (25.9)$$

где Z — цена земли; Σ_R — сумма рент, приносимых участком земли; r — величина ссудного процента.

В конце XX в. земельная рента не превышает 5% валового национального продукта развитых стран. Она не столь велика, чтобы поднимать вопрос о вытеснении земельных собственников. Цены факторов производства, в том числе и капитализированная рента, служит целям рационализации использования ограниченных ресурсов, способствуют повышению эффективности производства. Если земля в изобилии, а труд дефицитен, то имеет место экстенсивное земледелие. Наоборот, если земля дефицитна, а люди в избытке, то развивается интенсивное земледелие. Уровни рыночных цен на факторы производства показывают, как надо использовать экономические ресурсы и производить товары. Цены стимулируют замещение менее эффективных факторов более дешевыми и производительными ресурсами.

В практике сельского хозяйства России бесплатность земли и ее ничейность принесли больший вред, чем частная собственность на землю. Объективные цены за использование земли могут замедлить ее истощение и разрушение, способствовать научно обоснованному потреблению ограниченных и редких природных ресурсов.

Одним из основных факторов производства является труд (рабочая сила). Труд (рабочая сила) является товаром. На рынке на труд предъявляется спрос, здесь же формируется его предложение и, как результат, устанавливается цена этого фактора производства.

Спрос на труд (*SL*) со стороны отдельной фирмы зависит:

1) от спроса на продукцию, производимую с помощью данного вида труда, так как спрос на труд, как и на любой другой экономический ресурс, является производным спросом;

2) от предложения других экономических ресурсов, прежде всего капитала. Если их предложение велико, то возможно замещение труда другими факторами производства и снижение спроса на труд;

3) от производительности труда. Чем выше производительность труда, тем выше на него спрос. Эта взаимосвязь характерна для всех факторов производства.

Фирма, решая вопрос о том, какое количество рабочих ей надо нанять, должна определить цену спроса на труд, т. е. уровень заработной платы. Цена спроса на любой фактор производства зависит от его предельной производительности, в случае с трудом — от предельной производительности труда.

Предельная производительность труда — это приращение объема выпускаемой продукции, вызванное использованием дополнительной единицы труда, при условии, что другие факторы производства являются неизменными.

Фирма будет нанимать рабочих до тех пор, пока предельный продукт их труда в денежном выражении не станет равным предельным затратам на оплату их труда. Если предельный продукт станет меньше предельной заработной платы, то фирме нанимать дополнительных работников станет экономически невыгодно.

Цена спроса на труд (уровень заработной платы) зависит от эффективности труда, от количества продукта, который рабочий производит. В таком случае рабочий получает заработную плату не только потому, что он нормально должен воспроизводить свою рабочую силу, т. е. воспроизводить ее стоимость, а еще и потому, что он работает определенное количество часов с нормальной интенсивностью и производит товары определенного качества. К.Маркс сделал акцент на стоимости товара рабочая сила, которая должна быть воспроизведена ее носителями. Современная экономическая теория делает акцент на то, что рабочий должен произвести продукт, возмещающий его заработную плату. В этом подходе последовательно реализуется принцип распределения по труду, взаимосвязь уровня заработной платы с конечными результатами труда.

Уровень заработной платы выражает не только цену спроса на труд, но и цену предложения труда. На рынке труда предложение рабочей силы формируется под воздействием следующих условий:

— общая численность населения,

— численность активного трудоспособного населения,

— количество отработанного времени за год,

— качественные параметры труда, его профессиональный уровень, квалификация, производительность, сложность, специализация, культурный и исторический моменты.

Цена предложения труда определяется стоимостью товара рабочая сила в ее классическом качественном и количественном определениях, всеми предметами потребления и услугами, которые необходимы для воспроизводства лично-

го фактора производства. Предлагая себя на рынке труда, работник запрашивает за свой будущий труд определенную цену (*TL*). В условиях равновесия рынка достигается равенство цены предложения и цены спроса на труд.

Фирма, покупая рабочую силу по цене спроса (*SL*), предполагает получить от использования этого фактора производства определенный доход (*YL*), минимально равный предельному продукту от использования дополнительной единицы труда. Однако фирма может получить определенный доход, если положит сумму, равную *SL*, в банк под процент (*r*). Причем срок депозитного вклада (*t*) может равняться продолжительности контракта о найме работника.

Тогда дисконтированная стоимость труда (*PL*) может быть определена по формуле:

$$PL = YL / (1 + r)^t. \qquad (25.10)$$

Фирме будет выгодно нанять работника, если дисконтированная стоимость труда превышает цену предложения его труда на рынке, т. е. $PL > TL$. Хорошо понятно, что современный работник не является рабом и полностью не продается и не покупается. Вместе с тем дисконтированная стоимость труда дает вполне реалистичное представление о воспроизводимых стоимости и цене товара рабочая сила в условиях современного рынка.

25.3. Взаимозамещение факторов производства и динамика их цен

В процессе производства возникают многочисленные варианты сочетания разнообразных экономических ресурсов С позиций минимизации издержек и увеличения прибыли относительно дешевые факторы производства замещают более дорогие ресурсы. Количественная оценка процесса взаимозамещения одних факторов производства другими достигается, в частности, на основе производственной функции.

Фирма оценивает эффективность использования ресурсов на основе их предельной доходности, полученной при помощи использования дополнительной единицы каждого ресурса. Рыночное ценообразование на факторы производства, формирующееся под влиянием закона спроса и предложения, описывается классической экономико-математической моделью поведения фирмы. Модель выражает действие закона «затраты — выпуск» и представляет собой производственную функцию фирмы.

Каждая фирма рассчитывает объем выпуска продукции и необходимые для этого затраты экономических ресурсов. Производственная функция является моделью деятельности фирмы, характеризующей максимум выпуска продукции с помощью той или иной совокупности факторов производства. Простейшую производственную функцию любой фирмы, раскрывающую связь выпуска продукции с действием двух факторов — труда и капитала, можно охарактеризовать с помощью числового примера (табл. 25.1).

Таблица 25.1

Числовой пример производственной функции фирмы

Капитал	Труд					
	1	2	3	4	5	6
1	5	11	16	20	23	25
2	11	16	20	23	25	26
3	16	20	23	25	26	27
4	20	23	25	26	27	28
5	23	25	26	27	28	29
6	25	26	27	28	29	30

Приведенный пример производственной функции показывает возможные сочетания изменяющихся затрат факторов производства и максимально возможный результат такого сочетания — выпуск продукции от 5 до 30 единиц.

В общем виде при условии, что объем производства является функцией только двух факторов — капитала и труда, производственная функция разработана американскими учеными Ч.Коббом и П. Дугласом в 1928 г. Производственная функция Кобба — Дугласа имеет следующий вид:

$$Y = A \cdot K^{\alpha} \cdot L^{\beta}, \qquad (25.11)$$

где Y — объем выпускаемой продукции; K^{α} — капитал фирмы; L^{β} — объем труда, применяемого фирмой; A — коэффи-

циент пропорциональности или масштабности; α и β — коэффициенты эластичности объема производства по капиталу и труду соответственно, или коэффициенты, характеризующие прирост объема производства, приходящийся на 1% прироста соответствующего фактора производства.

Ч.Коббом и П.Дугласом были взяты статистические данные за 1899—1922 гг. о динамике физического объема продукции, размерах основного капитала и количестве отработанных рабочими и служащими обрабатывающей промышленности США человеко-часов. В результате расчета с помощью метода наименьших квадратов при условии, что $a + b = 1$, было установлено, что за исследуемый период $A = 1{,}01$; $a = 0{,}25$; $b = 0{,}75$. Отсюда следует, что самым важным фактором производства является труд, так как созданная им доля составила 0,75 всего объема производства и 1% увеличения затрат труда расширяет объем производства 3 раза больше, чем 1% прироста капитала.

Производственная функция Кобба—Дугласа имеет постоянную эластичность замещения факторов производства, равную единице. Это означает, что увеличение численности рабочих эквивалентно такому увеличению размера капитала, которое вызовет точно такое же увеличение объема производства. Предпринимателю в таких условиях совершенно безразлично, за счет роста каких факторов увеличивать выпуск продукции.

Рассчитанная производственная функция показывает также то, что прирост объема производства происходит медленнее, чем прирост каждого фактора производства. Действительно, при росте на 1% затрат труда объем производства возрастает на 0,75%, а при увеличении на 1% затрат капитала производство увеличится на 0,25%. Это допущение не соответствует процессам, происходящим в действительной экономике, так как не учитывает темпы научно-технического прогресса.

Производственная функция Кобба—Дугласа была подвергнута критике из-за исключения земли из числа факторов производства и игнорирования научно-технического прогресса. Учет земли и выделение научно-технического прогресса в качестве отдельного фактора привели производственную функцию к следующему виду:

$$Y = A \cdot K^{\alpha} \cdot L^{\beta} \cdot Z^{\gamma} \cdot e^{gt}, \qquad (25.12)$$

где Z — стоимость (цена) земли; γ — коэффициент эластичности объема производства по земле; e — стоимостное выражение научно-технического прогресса; g — темпы научно-технического прогресса за период времени t.

Теоретическое обоснование производственной функции, дополненное новыми факторами, было сделано американским экономистом Дж.Б.Кларком. Он считал, что в основе цены любого фактора производства лежит так называемый предельный продукт. При определении предельных продуктов как частных производных функции по факторам все коэффициенты эластичности в функции представляются как доли капитала, труда и земли в национальном доходе. В 1988 г. в национальном доходе США компенсация занятых (заработная плата) составила 73,2%, доходы на капитал — 26,5, земельная рента — 0,4%. Соответственно эти цифры представляют коэффициенты факторов производства в создании продукта.

Производственная функция фирмы лежит в основе кривой совокупных издержек производства. На ее основе определяется производный спрос фирмы на землю, труд, капитал, технические новшества, на множество других факторов, входящих в процесс производства. Определяются возможные направления их возможного взаимозамещения. Расчеты американских экономистов П.Дугласа и Р.Солоу показывают, что труд является наиболее важным фактором производства.

В экономике России действуют тысячи фирм. Для каждой из них может быть рассчитана своя производственная функция, на основе которой может быть определено оптимальное соотношение факторов производства для данного объема выпускаемой продукции. Для этого фирме необходима следующая информация:

— о производительности привлекаемых в производство факторов;

— о ценах и издержках на приобретение факторов производства;

— о ценах и спросе на продукцию, создаваемую с помощью этих факторов производства.

Расчет производственной функции сосредоточен на поиске такого варианта, который обеспечил бы максимизацию прибыли при наименьших издержках. Условием равновесия фирмы выступает равенство предельных издержек и пре-

дельного дохода: $MC = MR$ (где MC — предельные издержки; MR — предельный доход).

Фирма, стремящаяся к экономическому равновесию согласно параметрам производственной функции, обеспечит выпуск необходимого количества продукции с минимальными издержками. При расчете производственной функции минимальные издержки определяются методом замещения, вытеснения дорогостоящих факторов производства альтернативными, более дешевыми. Сравнительный экономический анализ с помощью производственной функции ведет к взаимозамещению факторов производства, к достижению такой их комбинации, когда заданный объем производства продукции соответствует минимуму издержек производства.

Данный поиск основывается не только на сопоставлении рыночных цен факторов производства, но и цен предельного продукта, получаемого от применения каждого фактора производства. Оптимум достигается при равенстве цены дополнительной единицы каждого ресурса и цены предельного продукта, произведенного с ее помощью.

Фирма, стремясь минимизировать свои издержки производства, реализует следующий экономический принцип: на каждую единицу дополнительных издержек по каждому фактору производства — равный предельный продукт. Принцип наименьших издержек можно выразить так:

$$MY_K / Y_K = MY_L / Y_L = MY_Z / Y_Z, \qquad (25.13)$$

где MY_K — предельный продукт капитального фактора; MY_L — предельный продукт трудового фактора; MY_Z — предельный продукт земельного фактора; Y_K, Y_L, Y_Z — цены факторов K, L, Z соответственно.

Если $MY_K / Y_K < MY_L / Y_L$, то целесообразно перераспределить издержки. Необходимо сократить их на приобретение дополнительного капитала, увеличив затраты на покупку труда, так как предельный продукт трудового фактора выше. Путем такого замещения факторов производства может быть достигнута минимизация издержек на данный объем выпускаемой продукции.

Перелив издержек на рынках факторов производства сказывается на их ценообразовании. Спрос на дешевые факторы производства ведет к замещению дорогостоящих экономических ресурсов. Тем самым ценообразование на факторы производства стимулирует процесс их взаимозамещения в производстве. Однако отсюда начинается изменение цен на рынках факторов производства. Вытесняемые из производства ресурсы снижаются в цене из-за сокращения спроса на них. А на замещающие их факторы в связи с ростом спроса цены начнут расти. Колебания спроса и цен на рынках факторов производства продолжаются постоянно, поскольку фирмы все время ищут каналы снижения издержек производства и максимизации прибыли.

В условиях рыночной экономики фирма заинтересована не в наибольшем объеме выпускаемой продукции, а в таком ее размере, который потребует наименьших издержек и обеспечит максимальную прибыль. Можно сказать по-другому, фирме потребуется такое количество факторов производства и их соотношение при данных рыночных ценах, которое необходимо для выпуска продукции, когда предельные издержки окажутся равными предельному доходу. С этих позиций фирма формирует и предъявляет спрос на рынках труда, капитальных активов, земли, инноваций.

Ценообразование на рынках факторов производства изменяется в зависимости от спроса фирм. Он определяется не погоней за максимальным объемом производства любой ценой, а возможностями максимального увеличения прибыли, достигаемого при $MC = MR$. Фирмы приостановят затраты и снизят спрос на факторы производства, рыночная цена которых выше предельного дохода от производимого ими продукта.

25.4. Сущность и функции цены. Принципы ценообразования

Рыночная экономика не может существовать без хорошо отлаженного ценового механизма. В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части:

1) с одной стороны, это сами цены, их сущность, виды, структура, функции, величина и динамика изменения;

2) с другой стороны, это процесс ценообразования, или способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих.

Исходно, если иметь в виду исторические этапы развития экономической теории, сущность цены была раскрыта на основе теории трудовой стоимости. Значительный вклад в ее разработку внесли А.Смит, Д.Рикардо, К.Маркс. Суть этой теории заключается в том, что цена является денежным выражением стоимости товара, т. е. совокупности общественно необходимых затрат живого и овеществленного труда, израсходованного на производство данного товара. Перед нами так называемая стоимостная парадигма цены.

Существуют еще две парадигмы цены: потребительная и меновая.

Потребительная, или субъективно-психологическая, парадигма отрицает связь между затратами труда и ценой товара на том основании, что цены многих товаров значительно отклоняются от издержек производства, а некоторые из потребляемых благ вообще не требуют никаких затрат труда (например, кислород атмосферного воздуха). Согласно данной парадигме, основой цены служит субъективная полезность товара, его потребительная стоимость. Цена определяется исключительно субъективно покупателем и продавцом. Цена представляет собой денежное выражение потребительной стоимости. К наиболее известным концепциям этой парадигмы относится так называемая теория предельной полезности.

Меновая парадигма цены отрицает стоимостную и потребительную теорию. Согласно меновой парадигме цена целиком обусловливается соотношением спроса и предложения на рынке, т. е. способностью данного товара быть обмененным на определенное количество другого товара или всеобщего товарного эквивалента — денег. Поскольку с увеличением спроса и уменьшением предложения цена возрастает и наоборот, то она выражает лишь конъюнктуру рынка и не зависит от количества затрат труда и величины потребительной стоимости. В различных модификациях эта парадигма присутствует в теориях рыночной конкуренции. В рамках меновой парадигмы цена представляет денежное выражение меновой стоимости товара.

Существование трех парадигм цены товара неслучайно. Как известно, товар — это продукт труда (стоимость), способный удовлетворять ту или иную человеческую потребность (потребительная стоимость) и предназначенный для обмена, продажи (меновая стоимость). В товаре заключено

диалектическое единство всех трех видов стоимости. Цена является формой существования товара, его мерой. Поэтому она является денежным выражением стоимости товара в широком смысле, т. е. и трудовой стоимости, и потребительной стоимости, и меновой стоимости.

С этих теоретических позиций цена товара в самом общем количественном выражении может быть представлена следующим образом:

$$Ц = С \cdot Ип.с \cdot Им.с, \qquad (25.14)$$

где Ц — цена товара; С — трудовая стоимость товара; Ип.с — индекс потребительной стоимости; Им.с — индекс меновой стоимости.

В формуле цены (25.14) представлен синтез всех парадигм — стоимостной, потребительной и меновой. Исходя из этого можно определить, что общая теоретическая структура цены состоит из трех элементов:

— экономического, проявляющегося в уровне общественно необходимых затрат труда, себестоимости, нормативной прибыли;

— социального, проявляющегося в полезности, ценности, качестве товара, его необходимости для определенной социальной группы людей;

— торгового, проявляющегося во взаимном соотношении динамики спроса и предложения на конкурентном рынке.

Социально-экономическая сущность цены развернуто проявляется в ее функциях. Выделяют следующие функции цены:

1) измерительная. В этой функции цена измеряет в единых признанных денежных знаках стоимость товара, выражает общественно необходимые затраты труда на его производство. Цены в экономике можно сравнить с измерительными приборами в технике. Цены, точно выражающие стоимость товара, имеют важное экономическое значение. Они отражают действительные затраты на производство различной продукции. На их основе удается проводить сопоставимые экономические сравнения между фирмами, устанавливать оптимальные пропорции в макро- и микроэкономике. Измерительная функция цены проявляется в любой экономике, но достоверность, объективность измерения зависят от механизма ценообразования;

2) регулирующая. Она проявляется по-разному. В рыночной экономике цены представляют основной инструмент уравновешивания спроса и предложения. Она увязывает денежный запрос производителя, продавца товаров с ответной реакцией потребителя, покупателя. При этом сама регулирующая цена рождается в процессе регулирования. Поэтому точнее даже говорить о функции саморегулирования товарно-денежных отношений с помощью равновесных цен. Их уровень соответствует выравниванию спроса и предложения. В нерыночной экономике регулирующая функция насильно навязывается действующим ценам. Такая искусственность делает, например, государственные цены неэффективным средством балансирования экономики;

3) распределительная. Эта функция в полной мере используется в централизованной экономике. Повышая или понижая цены, можно тем самым перераспределять доходы и прибыль регионов, отраслей, предприятий, социальных групп, семей, отдельных людей. Оказывалось, что лучший способ искусственной государственной поддержки людей, предприятий, отраслей, территорий состоял в том, что для них как для продавцов цены повышались, а как для покупателей — снижались. Тем самым были созданы неестественные экономические отношения между республиками, регионами, отраслями, предприятиями, людьми. Их последствия проявляются и сейчас в форме конфликтов;

4) контрольная. Цены переводят материально-вещественное, природное богатство в стоимостные и финансовые показатели. Тем самым они служат инструментом учета и контроля, сохранения и накопления денежных активов фирм. Учет стоимостей и контроль за их движением имеет место и в рыночной, и в нерыночной экономике. Правда, не все здесь бывает идентичным. К примеру, одно дело вести учет в государственных ценах, а другое — в рыночных или, скажем, в мировых;

5) плановая. Внутрифирменное планирование производства, распределения, обмена и потребления продукции в стоимостном выражении невозможно осуществить без анализа влияния цен на планируемые процессы. Немаловажна роль цен и при разработке комплексных государственных и региональных программ и экономических прогнозов;

6) социальная. Изменение розничных цен вызывает перераспределение доходов и расходов населения, изменения в

семейном бюджете, повышает или снижает доступность различных видов товаров, социальных благ и услуг. Тем самым цена выполняет социальную функцию. Принято считать, что повышение розничных цен снижает уровень жизни людей и наоборот. Однако если одновременно с розничными ценами меняются оптовые, то происходит изменение заработной платы, пенсий, пособий, других доходов населения. Динамика уровня жизни населения начинает испытывать на себе влияние различных факторов, и для вывода о его тенденции нужен более глубокий анализ;

7) стимулирующая. Как в рыночной, так и в нерыночной экономике цены стимулируют заинтересованность предпринимателей и фирм в повышении объемов производства, в снижении издержек ради увеличения прибыли. Прибыль непосредственно связана с ценами на факторы производства, продукцию и услуги. Повышенные цены стимулируют производство современных технологий и передовой техники, продукции высокого качества, альтернативных видов взаимозаменяемой продукции.

Осуществление распределительной и стимулирующей функций цены противоречит ее измерительной функции, поскольку они реализуются в процессе отклонения цен от стоимости. Это противоречие является онтологическим в самом содержании цены. Поэтому возможность количественного несовпадения цены со стоимостью заключена уже в самой форме цены. Механизм и формы отклонения цены от стоимости определяются: а) конкуренцией различных форм собственности, форм хозяйствования, характером производственных отношений; б) степенью влияния спроса и предложения товаров; в) возможностями государственного регулирования цен; г) динамикой социальных процессов и социальных ориентиров; д) развитием инфляционных процессов.

Форма цены не только допускает возможность количественного несовпадения стоимости и ее денежного выражения, но и может скрывать качественное различие, когда цена вообще перестает быть формой выражения стоимости. Действительно, вещи, которые сами по себе не являются товарами, не имеют стоимости, могут стать для своих владельцев предметом продажи. И благодаря возникшей рыночной цене приобрести товарную и стоимостную форму.

Следовательно, вещь формально может иметь цену, не имея стоимости. Цена в этом случае носит не рациональ-

ный, а иррациональный характер. Иррациональную форму цены имеют продающиеся на особых рынках человеческое тело, честь, совесть, невоспроизведенные человеческим трудом земля, природные ресурсы, шельфы и акватории морей и океанов.

В экономике современной России цены постоянно растут, отражая в определенном отношении конъюнктуру рынка. Их рост обусловлен: а) превышением спроса над предложением; б) опережением темпов роста заработной платы и капиталовооруженности труда по сравнению с повышением производительности труда; в) ажиотажным спросом на товары, поглощающим запасы товаров из-за неуверенности потребителя в стабильности рынка; г) ростом монопольных цен без учета качества товаров и их потребительских свойств; д) ростом дефицита федерального бюджета, деформирующего кредитно-финансовую систему. Для того чтобы цены эффективно выполняли свои функции, необходим четкий механизм ценообразования. Прежде всего он должен быть объективным, что означает — рыночным.

Ценообразование — это процесс, способ формирования и изменения цен, их уровней, соотношения и структуры. В рыночной и нерыночной экономике процессы ценообразования принципиально различаются в связи с воздействием на них специфических экономических условий. В рыночной экономике процесс ценообразования направлен:

1) на приближение цен к общественно необходимым затратам труда на производство продукции. Это путь к обоснованию оптимальных пропорций развития экономики, к точному определению макро- и микроэкономической рентабельности;

2) на экономическое стимулирование научно-технического прогресса и улучшение качества продукции, создание и внедрение новой техники и технологий, экономное использование факторов производства, повышение производительности труда;

3) на достижение сбалансированности в условиях рынка между спросом и предложением товаров;

4) на создание эквивалентного обмена между городом и деревней, подъем сельского хозяйства и перевод его на индустриальные методы производства;

5) на повышение жизненного уровня народа, решение многочисленных социальных проблем общества;

6) на повышение эффективности внешнеэкономических связей, стимулирование развития международных интеграционных связей, взаимовыгодного международного разделения труда.

В практике ценообразования в России и зарубежных странах накоплен большой опыт. В основе ценообразования лежат основные объективные принципы этого экономического процесса. В соответствии с этими принципами разрабатываются методы, способы и приемы определения уровней и соотношения цен на конкретные виды продукции, порядок их применения, определяются объекты и субъекты (органы) ценообразования. В настоящее время ценообразования строится на основе следующих принципов:

1) научность ценообразования. Этот принцип является основополагающим. Цены должны устанавливаться с учетом действий многих экономических законов: закона стоимости, закона спроса и предложения, закона предельной полезности и других. Цены должны базироваться на общественно необходимых затратах труда, отражать социальные запросы общества, испытывать влияние предельной ценности потребительных стоимостей товаров;

2) единая целевая направленность государственной политики в отдельных областях ценообразования. В соответствии с этим принципом государство четко определяет те социальные и экономические проблемы, в решении которых должны принимать активное участие цены. Государство определяет, что можно сделать в развитии приоритетных областей экономики, сознательно используя возможности влияния цен на производство, инвестиции и потребление;

3) непрерывность ценообразования при сочетании стабильности цен с их гибкостью. Осуществление данного принципа проявляется в двух аспектах: во-первых, непрерывность ценообразования означает, что государство и крупные фирмы определяют цены на всех стадиях и этапах производства и реализации определенного вида продукции; во-вторых, непрерывность ценообразования проявляется в необходимости постоянного внесения отдельных изменений и дополнений в действующие прейскуранты цен. Тем самым достигается сочетание стабильности цен с их гибкостью;

4) отражение в уровне цен капиталоемкости производства продукции. В себестоимости продукции воплощается

только часть примененных факторов производства, а именно потребленный постоянный капитал. Цена должна отражать себестоимость продукции, но она обязательно должна отражать и общую капиталоемкость производства. Осуществляется это через рыночный норматив микроэкономической рентабельности в процессе ценообразования. В результате капиталоемкие отрасли и фирмы на конкурентном рынке посредством соответствующих цен ощущают на себе приток прибыли из других менее капиталоемких отраслей экономики;

5) дифференциация цен на отдельные виды продукции:

а) на однородную продукцию по зонам страны. Особое значение имеет реализация этого принципа для сельского хозяйства, добывающей промышленности, лесного хозяйства,

б) на взаимозаменяемую продукцию, или субституты. Взаимообусловленные цены устанавливаются на такие субституты, как различные виды топлива (газ, нефть, уголь, торф, сланцы), различные ткани (шерстяные, льняные, шелковые, вискозные, хлопчатобумажные, искусственные), различные виды перевозок (железнодорожные, автомобильные, воздушные, трубопроводные, водные),

в) в зависимости от общественной полезности, качества продукции. Например, цены на отдельные марки углей установлены в зависимости от их теплотворности, зольности, влажности.

Процесс ценообразования включает следующие основные стадии:

1) перспективное прогнозирование цен, определение индексов действующих цен и перспективных цен;

2) совершенствование модели цены и принципов ценообразования с учетом намечаемого на перспективу изменения основных ценообразующих факторов;

3) периодический пересмотр действующих цен в связи с изменением условий производства и реализации продукции, установление цен на новые виды продукции в связи с обновлением и расширением ассортимента товаров и услуг;

4) координация цен на товары, установленных различными органами (государством, крупными фирмами) в целях обеспечения единства политики цен и методологии ценообразования;

5) контроль (аудит) за обоснованностью установления и правильностью применения цен, соблюдением законодательства о ценах.

25.5. Система цен и их структура. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве

В экономической практике существуют различные виды цен. Все виды цен взаимосвязаны между собой, иерархически соподчинены, дополняют друг друга и тем самым образуют систему цен. В системе цен выделяют прежде всего два важнейших вида цен: оптовые и розничные.

Оптовая цена — это цена, по которой продукция реализуется крупными партиями в условиях оптовой торговли. По оптовым ценам производятся расчеты между фирмами и организациями. По ним реализуется основная масса продукции. Оптовые цены применяются в торгово-сбытовых операциях между фирмами, а также при реализации продукции через специализированные магазины и сбытовые конторы оптовой торговли, на товарных биржах и в других торговых организациях, продающих товары оптом. По этим ценам реализуется основная масса продукции фирм.

Розничная цена — это цена, по которой товары продаются в розничной торговой сети. В розницу товары продаются индивидуальным покупателям поштучно или небольшими партиями. По розничным ценам реализуются обычно потребительские товары населению и частично фирмам, предприятиям и организациям.

Способ ценообразования в советский период был задуман как очень простой. Цены назначались или утверждались сверху специальными государственными органами. Оптовая цена, по которой продает свою продукцию фирма-изготовитель, принималась равной издержкам производства (себестоимости), к которым приплюсовывалась нормативная прибыль. Розничная цена для индивидуального потребителя устанавливалась как оптовая цена плюс издержки и прибыль торговых организаций. Однако на практике данная схема оказалась чрезвычайно искаженной многочисленными наслоениями, приведшими эту систему в полную негодность.

Главным недостатком советского ценообразования, вытекающим из его нерыночной, директивной природы, было то, что на цену возложили несвойственную ей роль социального и бюджетного регулирования экономики. Централизованное манипулирование ценами должно было создать у людей впечатление, что правительство заботится об улучшении их благосостояния и в то же время затыкает дыры в государственном бюджете. Людям внушили мысль, что правительство, снижая государственные цены, повышает уровень жизни.

В итоге система бессмысленных цен, которые не отражали стоимости, ценности товаров, резко отличалась от уровня и естественных пропорций мировых цен. С одной стороны, часть государственных розничных цен оказалась сильно взвинченной и резко превысила себестоимость товаров за счет огромного так называемого налога с оборота, взимавшегося в пользу государственного бюджета. Например, женские колготки продавались в десять раз выше, легковые автомобили — в 5 раз выше их себестоимости. В то же время, как и во всех странах мира, существовал естественный акцизный налог на винно-водочные и табачные изделия. С другой стороны, часть розничных цен, особенно на продовольственные и детские товары, искусственно поддерживалась ниже себестоимости. Это требовало огромных дотаций из государственного бюджета, которые с трудом удавалось компенсировать налогом с оборота. Эти низкие цены нравились и до сих пор нравятся населению, не понимающему, что за них все равно приходится расплачиваться налогами, дефицитом и низкими доходами.

Периодические попытки правительства изменить ситуацию, проводя реформы закупочных и основных цен, не приводили к успеху. Правительство никак не могло отважиться на неизбежный переход к рыночным ценам. Оно всего лишь решилось на ненавистную советским людям реформу государственных розничных цен, которая означала повышение их в несколько раз. И эта реформа ни к чему особенному не привела в экономике, но стоила полной потери популярности Н.Рыжкову и презрения сменившему его В.Павлову.

В системе цен современной экономики России можно выделить следующие виды оптовых и розничных цен:

1) закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию. По ним государственные торгово-закупочные организации приобретают, закупают продукцию у разнообразных по формам собственности и формам хозяйствования сельскохозяйственных предприятий;

2) сопоставимые, или неизменные цены. Эти цены, наряду с текущими, действующими, используются в экономическом анализе, статистике, планировании, научных исследованиях. Использование сопоставимых цен объективно необходимо в связи с естественными изменениями многих цен, а также в связи с процессами инфляции. Например, если в 1990 г. автомобиль «Волга» стоил 10 тыс. руб, а в 1994 г. — 35 млн. руб, то это вовсе не означает, что его качество улучшилось в 3500 раз. Если семья в 1990 г. тратила на питание 300 руб в месяц, а теперь расходует на это 300 тыс. руб, то это не означает ни то, что она покупает в 1000 раз больше предметов потребления, ни то, что эти предметы потребления стали в 1000 раз лучше, качественнее. Все дело заключается в том, что цены многократно выросли. Чтобы учесть их изменения, надо установить, сколько, например, денег уходило на питание семьи в 1994 г., если бы цены оставались неизменными, скажем, на уровне 1990 г. Поэтому в анализе применяются сопоставимые, неизменные цены, используется индекс цен. Такой подход оправдан при относительно плавных изменениях розничных цен. При их скачкообразном, неуправляемом подъеме взамен индекса цен применяется показатель уровня инфляции. В советской практике он раньше не применялся;

3) мировые цены, или цены мирового рынка. В разных странах на одинаковую продукцию применяются различные цены. Это приводит к необходимости определения мировых цен. Мировые цены представляют собой:

— либо реально действующие на всемирном рынке цены на товары данной группы,

— либо цены, признанные на определенный период со стороны организаций, ведающих международной торговлей,

— либо средние значения цен на одни и те же товары, установившихся в разных странах и регионах.

В советской экономике мировые цены имели крайне ограниченное применение. Теперь по мере включения России в мирохозяйственные отношения их роль будет неизмеримо возрастать;

4) государственные, кооперативные, комиссионные, аукционные цены, цены колхозного рынка. Все эти цены явля-

ются розничными. В переходный период от государственной к рыночной экономике при наличии дефицита товаров существование разных цен на однотипные товары неизбежно. Наличие разнообразных форм торговли приводит к разделению розничных цен на группы, соответствующие их применению в отдельных секторах экономики и торговли. Эти процессы наблюдаются в любой смешанной экономике;

5) тарифы на услуги транспорта и связи, бытовые и коммунальные услуги. Они могут быть производственного назначения, и в этом случае будут близкими к оптовым ценам. Если услуги оказываются населению, то их потребление мало чем отличается от использования потребительских товаров, и тарифы в этом случае превращаются в разновидность розничных цен;

6) расценки на проектные, строительные, монтажные работы. По ним реализуется готовая продукция строительных фирм и организаций — здания, сооружения, дороги, мосты и т. п.;

7) проектные цены. В процессе проектирования новых видов изделий и объектов для производства вновь осваиваемых видов продукции, материалов, энергии используются проектные цены. Нередко они исчисляются ориентировочно (прогноз). Поэтому принято определять предельный уровень таких цен в виде лимитных проектных цен;

8) прогнозные, расчетные, плановые цены. Данные цены используются в ходе планирования и в процессе разработки прогнозов;

9) договорные цены. К ним относятся цены зафиксированного договором соглашения между производителем товаров и торгующей организацией или потребителями. Сейчас любые навязанные новоявленными предпринимателями цены принято называть договорными;

10) свободные цены. К ним относятся цены, на которые не распространяется действие каких-либо государственных ограничений. Они устанавливаются по взаимному согласию между продавцом и покупателем. Свободные цены обусловлены взаимодействием спроса и предложения. Раньше к таким ценам относились цены колхозного рынка, теневых рынков и частично цены кооперативной торговли в той мере, в какой на них не были наложены ценовые ограничения. По мере перехода к рыночной экономике диапазон действия свободных рыночных цен будет расширяться (либерализация цен).

Цены и тарифы, а также их величины фиксируются в специальных документах, которые называются прейскурантами. В условиях государственного ценообразования прейскурант (ценник) был основным источником первичных ценовых документов. В рыночной экономике прейскурант становится справочным документом.

В системе цен между различными видами цен существует тесная количественная взаимосвязь. Изменение одних цен влияет на структуру других цен и обусловливает необходимость их изменения. При этом розничные цены определяются прежде всего уровнем оптовых цен. Это становится особенно ясным, если обратиться к рассмотрению структуры цены и определению уровня цен.

Абсолютно точной формулы, алгоритма определения правильной цены еще никому из исследователей создать не удалось. С позиций трудовой стоимости дается хорошее определение цены товара, но не говорится о том, как следует подсчитывать стоимость и общественно необходимые затраты труда. А без этого уровень цены товара определить точно не удается.

С позиций теории предельной полезности цена определяется качественными характеристиками товара, его ценностью. Но как определить точно меру полезности вещи сторонники теории не указывают. Но тогда определить и уровень цены товара с этих позиций становится весьма проблематичным.

Правда, рынок легко устанавливает уровень цены на основе выравнивания спроса и предложения на базе соглашения между двумя сторонами, интересы которых столкнулись на свободном рынке. Рыночные цены объективны и точны. Нет рынка — нет и объективной цены.

Рыночная цена не представляет собой результат расчета по какой-то формуле. И все же рыночный механизм ценообразования не отрицает необходимости предварительного расчета цен на основе моделей ценообразования. Продавец и покупатель в процессе торга всегда исходят из определенных предпосылок, каких-то предварительных, прикидочных цен. Они им нужны, чтобы агенты рынка не оказались в проигрыше в процессе явной торговой сделки. Поэтому определяются расчетные цены на основе моделей ценообразования, которые могут быть представлены в виде методик и формул.

В мировой практике наиболее распространенным является определение цены по затратам (издержкам) производителя на создаваемую продукцию. Формула расчета цен по этой модели имеет следующий вид:

$$Ц = С + П + Н, \qquad (25.15)$$

где Ц — цена товара; С — себестоимость производимой продукции; П — нормативная (ожидаемая) прибыль; Н — надбавки к оптовой цене (или минус скидки).

В настоящее время крупные компании развитых стран при исчислении цены используют два метода:

1) метод полных затрат. Его суть состоит в исчислении совокупности издержек производства на единицу продукции. К ним добавляется ожидаемая прибыль и тем самым получается цена товара. Этот метод применяется в отношении 75% всех промышленных товаров;

2) метод прямых затрат. Он состоит в установлении цены путем добавления к переменным издержкам определенной надбавки (или снятия скидок). Наличие разветвленной системы скидок и надбавок дает возможность крупным компаниям лучше и оперативнее приспосабливаться к меняющимся условиям конкуренции. Этот метод расчета цен является более сложным, так как многие исходные данные являются труднодоступными. И большинство фирм поэтому использует первый метод как более удобный.

В настоящее время в нашей стране ценообразование на основе затрат подвергается многочисленным нападкам. При этом приводится один аргумент: так как ценообразование носит затратный характер, то оно служит причиной роста затрат. Данное рассуждение не является беспочвенным. Но если себестоимость отражает неизбежные затраты производителя, если установлен объективный норматив прибыли, то затратная цена будет вполне обоснованной. Экономика без затрат не бывает. Поэтому противозатратность в ее буквальном толковании является бессмысленной. Необходима не противозатратность, а обоснованная затратность, особенно применительно к вновь осваиваемой продукции.

Таким образом, не сами затратные цены являются виновниками экономических бед, а экономическая система, в которой отсутствует рынок, конкуренция и эффективная система государственного контроля за движением цен.

Затратная модель цены открывает путь к анализу структуры розничной цены. Она представлена следующими составными частями:

1) себестоимость продукции; как правило, она бывает среднеотраслевой;

2) нормативная прибыль, или средняя прибыль на авансированный капитал;

3) оптовая наценка сбытовых фирм и организаций, которая включает издержки обращения и прибыль. Названные три элемента структуры себестоимости образуют оптовую цену продукции;

4) розничная наценка торговых фирм, которая включает издержки обращения и прибыль торговых предприятий. В итоге формируется полная величина розничной цены.

Система цен воплощается в экономическую действительность различными органами ценообразования. К ним относятся:

1) республиканские комитеты цен. Они осуществляют методологическое обеспечение в области ценообразования и устанавливают цены на продукцию предприятий республиканского и местного уровня (на уголь, нефть, газ, руды, металлы, цемент, шифер, лес, машины, оборудование, приборы, хлеб, муку, сахар, масло, рыбу, водку, ткани, обувь, табачные изделия, мыло, радиотовары, автомобили, мотоциклы, часы, стройматериалы);

2) отделы цен экономических органов областных и краевых администраций. Они устанавливают цены на овощи, фрукты, тарифы на бытовые услуги и т. д.;

3) отделы цен министерств, ведомств и фирм. Они устанавливают цены на опытные образцы новой техники, уникальные изделия, на продукцию внутриведомственного потребления.

Ценообразование на продукцию сельского хозяйства имеет существенные особенности. Результаты хозяйственной деятельности сельскохозяйственных фирм и фермеров зависят от уровня цен на их продукцию и в первую очередь от уровня закупочных цен, по которым и в настоящее время реализуется основная масса продукции. Закупочные цены соответствуют общим требованиям, предъявляемым к оптовым ценам. Уровень закупочных цен должен:

1) возмещать каждой нормально работающей фирме себестоимость производимой ею продукции;

2) обеспечивать фирме получение чистого дохода и прибыли в размерах, позволяющих осуществлять инвестиции, уплату налогов, формирование специальных фондов.

Сельское хозяйство России разделено на несколько зон, различающихся природно-климатическими условиями производства. Это обусловливает важнейшую особенность ценообразования в сельском хозяйстве России — дифференциацию закупочных цен по зонам страны. В странах с небольшой территорией и при отсутствии существенных различий в почвенно-климатических условиях отдельных районов вполне возможно установление единой цены на каждый отдельный вид сельскохозяйственной продукции. Единые цены на продукцию сельского хозяйства существуют, например, в Венгрии.

Основой зональных закупочных цен является зональная себестоимость продукции сельского хозяйства. На зональную себестоимость оказывают влияние:

1) объективные факторы. К ним относятся почвенные и климатические условия производства, историческая культура земледелия, уровень механизации, автоматизации и химизации сельского хозяйства и т. д.;

2) субъективные факторы. Они проявляются прежде всего в уровнях хозяйствования и организации производства. Зональная себестоимость как база закупочных цен по возможности должна быть очищена от влияния субъективных факторов.

Зональные закупочные цены выполняют три важнейшие функции;

1) через систему зональных закупочных цен государство изымает I дифференциальную ренту. Изъятие осуществляется в виде получения разницы между едиными розничными ценами и зональными закупочными ценами;

2) через систему зональных цен государство изымает не только избыточный прибавочный продукт, но и часть обычного прибавочного продукта. После изъятия эта часть прибавочного продукта направляется на удовлетворение потребностей общества. Механизм изъятия осуществляется путем установления зональных закупочных цен ниже себестоимости продукции сельского хозяйства;

3) система зональных цен способствует рациональному размещению производства и эффективной специализации зон сельского хозяйства. Зональное ценообразование способствует повышению рентабельности производства зерновых культур в центральных и центрально-черноземных регионах страны, льна и картофеля — в северо-западных районах, риса и чая — в Краснодарском крае.

В последнее время зональные закупочные цены все чаще противопоставляются так называемым договорным ценам. Нередко остается глубокой тайной даже для специалистов — кто с кем договаривается по поводу уровня цены? Поэтому часто договорные цены олицетворяют в ценообразовании вседозволенность и означают изъятие немалой доли трудовых доходов населения. На некоторые основные продукты питания эти цены резко и систематически возрастают.

Глава 26. ФИРМА И РАБОТНИК. ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА. СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ

26.1. Сущность, формы и система заработной платы. Тенденция производительности труда и заработной платы в рыночной экономике

Важную часть производственных отношений в микроэкономике составляют отношения распределения созданного продукта. В процессе распределения выявляется доля агентов производства в реализации и использовании продукции. Часть созданного продукта в процессе распределения поступает на оплату труда. В рыночной экономике трудом считается любая деятельность человека, требующая от него затрат мысли, усилий, энергии и времени, вне зависимости от области приложения труда, форм и способов организации работы. Распределение предметов потребления среди членов общества определяет долю каждого работника в совокупном фонде заработной платы: и токаря, и шофера, и рабочего, и юриста, и менеджера, и президента.

Анализ заработной платы следует начать со сферы производства применительно к взаимоотношениям фирмы и ра-

ботника. Формирование заработной платы в производственной сфере имеет основополагающее значение.

Заработная плата представляет превращенную форму стоимости и соответственно цены специфического товара рабочая сила, т. е. способности человека к труду. С точки зрения отношений распределения заработная плата — это денежная форма основной части необходимого продукта, которая поступает в индивидуальное потребление работникам фирмы в соответствии с качеством и количеством затраченного труда.

Фирма выплачивает заработную плату в денежной форме, что обусловлено наличием товарно-денежных отношений и рынка. В цивилизованной экономике распределение необходимого продукта не может происходить в натуральной форме. Денежная заработная плата — наиболее гибкое средство учета затрат и результатов труда, распределения товаров и услуг.

Фирма оплачивает купленную ею рабочую силу не в момент ее покупки, а лишь по истечении определенного срока ее производительного использования, скажем, через две недели труда работника. При этом труд становится условием оплаты стоимости рабочей силы. Тем самым цена рабочей силы приобретает превращенную форму цены ее функции, т. е. цены труда. А вознаграждение за труд приобретает превращенную форму оплаты труда, т. е. форму заработной платы.

Для каждой страны в определенную историческую эпоху стоимость рабочей силы — величина данная. Ей соответствует определенная, исторически сложившаяся величина рабочего дня. Труд в течение рабочего дня находит выражение в определенном количестве часов. Он обменивается на деньги, выплачиваемые в форме заработной платы. В таком случае можно записать, что стоимость дневного труда равна дневной стоимости рабочей силы. Если определенное число часов дневного труда приравнивается к дневной стоимости рабочей силы, то легко определить цену одного часа труда:

$$\text{Цена часа труда} = \frac{\text{Дневная стоимость рабочей силы}}{\text{Число часов дневного труда}}. \qquad (26.1)$$

Цена часа труда работник. (цена рабочего часа) представляет единицу измерения ц ы труда. Цена труда — это

иррациональная категория, поскольку труд не имеет стоимости. Тем самым он не может иметь цены как ее денежного выражения.

Но то обстоятельство, что труд, не имея стоимости, приобретает цену, является объективной реальностью. Цена труда используется фирмой в качестве основы начисления заработной платы с таким же успехом, как она использует весы для взвешивания поступающих грузов. В цене труда утрачивается связь между стоимостью рабочей силы и необходимым для ее воспроизводства времени. Все время труда в течение рабочего дня приобретает видимость необходимого рабочего времени. Только трудясь в течение всего рабочего дня, работник может получить свою дневную заработную плату и тем самым воспроизвести дневную стоимость своей рабочей силы.

Цена труда представляет естественный результат общественного развития. Как экономическая категория она приобретает прочность и непреложность своего существования. Действительное содержание цены труда скрыто поверхностной формой. Цена труда изменяется в зависимости от динамики стоимости рабочей силы, представляющей ее внутреннее содержание. В то же время она колеблется под влиянием спроса и предложения на рабочую силу, складывающихся на рынке труда.

Цены на труд колеблются на рынке так же, как и цены на другие факторы производства. Спрос и предложение рабочей силы изменчивы. Например, давление многомиллионной армии безработных способствует снижению цены труда. Кризисы и падение производства могут привести к тому, что цена труда может упасть ниже дневной стоимости рабочей силы. Отсюда становится понятным, что цена труда как основа формирования заработной платы дает возможность:

— выражать в деньгах различное количество труда,

— соизмерять количество труда с его оплатой,

— ставить величину заработной платы в зависимость от количества и качества труда.

Теоретически заработная плата должна обеспечиваться на общественно необходимом уровне. Это такой ее уровень, который вместе с другими доходами работника (пособия, льготы, доходы от садоводства и огородничества), обеспечивает расширенное воспроизводство его рабочей силы, допускаемое уровнем развития производительных сил.

Регулирование заработной платы осуществляется фирмой и государством. Прежде всего устанавливается мера труда. Она отражает количество труда (величина затраченной мускульной и нервной энергии), интенсивность труда и качество труда (степень сложности и значимость работы). В результате появляются нормы времени, нормы выработки, нормы обслуживания на тех или иных работах. Фирма и государство проводят нормирование труда. Выполненная норма — это прежде всего количество труда определенного качества, отданное работником фирме. За это он получает денежное вознаграждение, определенное мерой потребления в форме заработной платы.

Государство и фирма устанавливают следующие принципы дифференциации заработной платы работников:

1) величина заработной платы зависит от сложности труда, профессиональных навыков и квалификации работника. Данный принцип дифференциации заработной платы осуществляется на основе тарифной системы, которая включает тарифно-квалификационные справочники, тарифные сетки и тарифные ставки. Тарифно-квалификационные справочники представляют собой нормативные документы и содержат: перечень производственных характеристик работ, выполняемых работниками определенных профессий и квалификаций; квалификационные требования, предъявляемые к работникам; типовые примеры работ, наиболее характерные в той или иной отрасли для данной профессии и разряда. Тарифная ставка характеризует абсолютный уровень оплаты труда работников в денежной форме в единицу времени (час, день, месяц). Тарифная ставка любого разряда равняется тарифной ставке первого разряда, умноженной на коэффициент тарифной сетки. Тарифные ставки дифференцированы по отраслям и предприятиям. Тарифные сетки представляют собой ряд тарифных коэффициентов, соответствующих определенному числу установленных тарифных разрядов. Тарифные коэффициенты показывают, насколько тарифная ставка какого-либо разряда выше ставки первого разряда. Например, согласно Единой тарифной сетке для бюджетных работников, тарифный коэффициент 18-го разряда в 7,54 раза выше тарифного коэффициента 1-го разряда, принятого за единицу. При этом тарифная ставка 1-го разряда составляет в настоящее время 39 000 руб в месяц, а минимальная оплата труда установлена на уровне 34 400 руб в месяц. Для большинства тарифных сеток развитых стран характерно разделение работников на три категории: квалифицированные, полуквалифицированные и неквалифицированные. Данное разделение унаследовано еще от ремесленного производства, которое основывалось на уровне профессиональной подготовки;

2) величина заработной платы зависит от условий работы, от ее тяжести, вредности для здоровья. Труд в тяжелых и вредных условиях оплачивается выше. Примерами в этом отношении может служить работа в горячих цехах, химической промышленности, на подземных работах. К тому же здесь установлены дополнительные отпуска, дополнительное питание, предоставляются льготные путевки для отдыха;

3) уровень заработной платы зависит от макроэкономического значения той или иной отрасли. В приоритетных отраслях макроэкономики, обеспечивающих технический прогресс и развитие передовых технологий, величина заработной платы может быть относительно повышена;

4) уровень заработной платы зависит от района страны. Данный принцип ее дифференциации может быть установлен в такой стране, как Россия, обладающей обширными территориями в различных природно-климатических зонах. В Российской Федерации установлены районные коэффициенты к заработной плате для районов Севера, Урала, Сибири и Дальнего Востока. Например, для островов Северного Ледовитого океана районный коэффициент равняется 2,0;

5) величина заработной платы зависит от результативности не только индивидуального труда работника, но и производственной деятельности фирмы в целом. Особое развитие этот принцип дифференциации заработной платы получил в условиях поточного и автоматизированного производства. Индивидуальная (основная) заработная плата обеспечивается работнику тарифной системой, а коллективная (дополнительная) зависит от результатов работы фирмы, от размеров специальных фондов, формируемых из прибыли фирмы.

Затраты труда работника практически можно сопоставить либо в затраченном им рабочем времени, либо через созданный им продукт. Поэтому и существуют две формы заработной платы: повременная и сдельная.

Первоначальной формой, в которую превращается цена рабочей силы, была повременная форма заработной платы. Она может быть почасовой, поденной, понедельной, помесячной. Это зависит от меры цены труда. Повременно оплачиваются те работники:

1) выработку которых нельзя отчетливо нормировать. Обычно это имеет место там, где количество продукции не может служить непосредственным показателем затрат труда работника (инженерно-технические, научные, проектно-конструкторские работы);

2) в работе которых главным является не рост производительности труда, а повышение качества продукции. Сюда относятся затраты труда, связанные с изготовлением опытных образцов, экспериментального оборудования, с выполнением разовых заказов;

3) выработка которых в основном зависит не от их индивидуальных трудовых усилий, а определяется технологическим процессом. Здесь основной технологический процесс осуществляется машинами, с помощью конвейеров и автоматических линий. Функции же работника сводятся только к наладке, наблюдению и контролю за работой оборудования.

Различают две системы повременной заработной платы:

1) простая повременная заработная плата. Она предусматривает выплату за отработанное время только окладов (инженерно-техническим работникам) или тарифных ставок (рабочим). Эта система мало распространена;

2) повременно-премиальная заработная плата. Она предусматривает, кроме выдачи окладов и тарифных ставок, выплату премий за достижение высоких показателей в работе. В настоящее время из общего числа работников, оплачиваемых повременно, около 95% получают повременно-премиальную заработную плату. Она стимулирует рост производительности труда, эффективности производства, качества работ и продукции.

Сдельная форма заработной платы применяется на работах, где труд поддается точному и полному учету, где широко используются нормы выработки. В отличие от повременной заработной платы сдельная дает возможность фирме установить меру интенсивности труда работника. Посредством сдельной заработной платы работнику устанавливается нормативный объем продукции, которую он должен изготовить в течение определенного времени. Тем самым работнику устанавливается норма выработки или обратная ей величина — норма времени на изготовление единицы или партии изделий. Эти нормы устанавливают затраты труда в единицу времени и подлежат оплате в установленном размере.

Личный интерес вынуждает работника-сдельщика трудиться с повышенной интенсивностью, стремиться к тому, чтобы изготовить больше продукции в единицу времени и тем самым увеличить свою заработную плату. Это облегчает фирме задачу повышения интенсивности труда выше среднеобщественной и получения добавочной прибыли.

Выделяют следующие системы сдельной заработной платы:

1) прямая сдельная, или поштучная, заработная плата. Эта система предусматривает прямо пропорциональную зависимость между ростом объема выработки и увеличением заработной платы;

2) сдельно-прогрессивная заработная плата. Суть ее состоит в том, что произведенная продукция в размере нормы выработки оплачивается по основным расценкам, а продукция сверх нормы — по расценкам более высоким и нарастающим. Данную систему фирма применяет там, где необходимо быстро поднять выработку;

3) сдельно-регрессивная заработная плата. Здесь каждому проценту увеличения выработки сверх нормы соответствует прирост заработка меньше одного процента. Тем самым система снижает прирост заработка рабочих при увеличении их выработки;

4) штрафные (дифференциальные) системы заработной платы. Используются две или несколько ставок заработной платы и поштучных расценок. Работники, обеспечивающие высокий уровень выработки, оплачиваются на основе повышенных поштучных расценок. Работники, не выполняющие нормы, оплачиваются фирмой по низким расценкам, т. е. фактически штрафуются;

5) сдельно-премиальная и многофакторная системы заработной платы. В связи с сокращением ручного труда традиционные системы сдельной заработной платы уходят в исто-

рию. В современных условиях появились системы заработной платы, которые комплексно учитывают такие факторы, как коэффициент использования оборудования, качество продукции, экономия сырья и материалов. Фирма вынуждает работника расходовать, наряду с физической энергией, все в большей степени умственную и нервную энергию, чтобы получить премию;

6) косвенно-сдельная заработная плата. Так оплачиваются некоторые категории вспомогательных работников. Их заработок зависит от сдельной заработной платы основных работников, обслуживающих участок, агрегат, комбайн;

7) аккордная заработная плата. В этом случае заработная плата устанавливается не за каждое изделие или операцию, а за весь объем работ по аккордным расценкам;

8) коллективная сдельная заработная плата. Здесь заработная плата работника находится в зависимости от выработки агрегата, бригады, линии, участка, смены. Коллективный заработок распределяется между членами бригады в соответствии с присвоенными им разрядами, коэффициентами и отработанным временем. При бригадном подряде нормы выработки устанавливаются в целом для всей бригады.

Последние десятилетия характеризуются все более широким применением повременной заработной платы и соответствующими сокращениями сдельной. В Великобритании, США, Германии и Франции 60—70% промышленных рабочих оплачивается повременно. Распространение повременной заработной платы обусловлено двумя важнейшими причинами:

1) изменениями в технике и организации производства. В современном массово-поточном производстве выработка рабочих и темп их работы определяются скоростью движения конвейера, ритмом поточной линии. В этих условиях применение сдельной системы заработной платы оказывается нецелесообразным. Еще в большей степени это относится к автоматизированному производству;

2) проникновение нормирования труда в организацию повременной заработной платы. Современные методы нормирования труда позволяют фирме устанавливать меру интенсивности труда и для рабочих, оплачиваемых повременно. Повременная заработная плата сочетается с принудительным темпом труда, с его нормированием и премированием. Все это придает повременной заработной плате черты сдельной оплаты труда.

Фирма, контролируя меру труда и меру потребления (меру вознаграждения), первостепенное внимание уделяет установлению правильного соотношения между ростом заработной платы и повышением производительности труда. Источником увеличения фонда заработной платы служит необходимый продукт, который возрастает по мере роста национального дохода и совокупного общественного продукта. Главным фактором увеличения объема производимой продукции фирмы является рост производительности труда.

Заработная плата в России постоянно растет. У работающих в различных отраслях макроэкономики она составила в месяц: в 1940 г. — 33,1 руб; в 1950 г. — 64,2; в 1960 г. — 80,6; в 1970 г. — 122,0; в 1981 г. — 172,5; в 1986 г.— 196,0; в 1992 г. — 6000; в 1993 г. — 58 700 руб. Увеличение заработной платы должно иметь прочную экономическую основу в виде роста производительности труда. Динамика этих двух экономических процессов и выражающих их показателей связана следующей закономерностью: темпы роста производительности труда должны опережать темпы роста заработной платы. Объективный характер действия данной закономерности вызван следующими причинами:

1) производительность труда является главным фактором увеличения производства продукции фирмы, а значит и главным источником растущей заработной платы;

2) часть прироста продукции фирмы не идет в фонд потребления, а используется на совершенно другие, но абсолютно необходимые производственные цели: для увеличения фонда накопления, для освоения новейших технологий и достижений научно-технического прогресса, для создания резервов, для увеличения специальных фондов, для развития непроизводственной деятельности фирмы.

В современной экономике России действуют многочисленные факторы, которые приводят к прямо противоположным тенденциям в соотношении производительности труда и его оплаты (табл. 26.1).

Таблица 26.1

Динамика производительности и оплаты труда в экономике России, % к предыдущему году

Показатель	1986 г.	1990 г.	1991 г.	1992 г.
Производительность общественного труда	102,4	97,3	87,8	80,5
Денежные доходы населения	103,7	118,0	216,7	754,2

Действие анализируемой закономерности, по всей видимости, нельзя понимать в абсолютном смысле, как абсолютную экономическую тенденцию. В отдельные периоды экономического развития, особенно в условиях глубоких реформ, темпы роста заработной платы могут превышать темпы увеличения производительности труда.

Степень опережения производительностью труда увеличения заработной платы зависит от конкретных экономических условий. Мера повышения заработной платы обычно дифференцируется в зависимости от факторов роста производительности труда. Здесь можно выделить две взаимосвязи:

1) если повышение производительности труда осуществляется за счет роста квалификации работников, то темпы роста заработной платы сближаются с темпами роста производительности труда;

2) если повышение производительности труда идет за счет внедрения новой техники, то разрыв в темпах соотношения динамики данных показателей будет более высоким. В этом случае фирма из полученного прироста продукции возмещает затраты, связанные с инвестициями в новую технику.

Конкретное соотношение темпов роста производительности труда и его оплаты в отдельные периоды может быть различным. Но все же оно, как правило, колеблется от 0,5 до 0,8% роста заработной платы на 1% роста производительности труда.

26.2. Сущность, структура и роль общественных (социальных) фондов потребления

Часть фонда потребления фирмы и общества в целом не поступает населению для удовлетворения его потребностей через заработную плату. Если сказать точнее, путем выплаты заработной платы не удается удовлетворить потребности всех членов общества. Действительно:

— с одной стороны, не удовлетворяются потребности нетрудоспособных и временно неработающих, особенно нетрудоспособных одиночек и семей нетрудоспособных, т. е. где вообще нет работающих;

— с другой стороны, удовлетворение социально-культурных потребностей людей в образовании, лечении, отдыхе не может быть поставлено в полную зависимость от вознаграждения за труд. Иначе практически абсолютное преимущество получают те члены общества, кто имеет высокие доходы по труду, не говоря уже о доходах по капиталу и земле. Данное положение вступило бы в противоречие с социальной справедливостью, которая призвана обеспечить развитие физических и духовных способностей каждого человека.

Поэтому возникает объективная необходимость в иной форме распределения материальных благ, отличающейся от их распределения в форме заработной платы. Такой формой и являются общественные (социальные) фонды потребления, в ряде стран их называют социальными фондами. Каково их содержание?

Общественные (социальные) фонды потребления — это часть национального дохода общества (валового дохода фирмы), которая распределяется между людьми в значительной мере независимо от количества и качества труда.

Источником образования заработной платы является основная часть необходимого продукта (v_1). Общественные фонды потребления черпаются из оставшейся части национального (валового) дохода ($v_2 + m$). При этом источником общественных фондов потребления, идущих работникам материального производства и членам их семей, служит оставшаяся часть необходимого продукта (v_2). А источником общественных фондов потребления, идущих работникам непроизводственной сферы и членам их семей служит прибавочный продукт (m). В целом источником общественных

фондов потребления является часть стоимости продукта, равная ($v_2 + m$) и представляющая в денежной форме чистый доход фирмы.

В структуре общественных фондов потребления выделяют две важнейшие составные части:

1) централизованные общественные фонды потребления. Они формируются за счет средств федерального бюджета и используются в интересах всех членов общества. Централизованные фонды играют ведущую роль во всей совокупности социальных фондов и составляют примерно 80% их величины,

2) децентрализованные общественные фонды потребления. Они создаются фирмами и составляют около 20% их общего объема. Используются для удовлетворения потребностей работников только данной фирмы. К ним относится часть специальных фондов фирмы, формируемых из прибыли.

Распределение общественных фондов потребления осуществляется в двух формах:

1) в форме денежных выплат, которые используются в основном в индивидуальном порядке. Сюда относятся расходы на материальное обеспечение детей и учащихся, престарелых и инвалидов, выплаты по временной нетрудоспособности, оплата отпусков;

2) в форме бесплатного или льготного обслуживания, средства которого используются в основном в коллективном порядке. Сюда относятся расходы на образование, на медицинское обслуживание и физическую культуру, культурно-просветительные расходы, дотации на жилье.

За счет общественных (социальных) фондов потребления финансируются бесплатное обучение и образование, включая высшее, выплата стипендий аспирантам, студентам и учащимся средних специальных учебных заведений, бесплатная медицинская помощь и льготное санаторно-курортное обслуживание, выплачиваются государственные пенсии, пособия по временной нетрудоспособности, по беременности и родам, организуется отдых, обеспечивается массовость физической культуры и спорта, оплачиваются ежегодные отпуска, дотируются квартирная плата, детские дошкольные учреждения и школы-интернаты.

В 1993 г. в Российской Федерации за счет общественных фондов потребления пользовались оплачиваемыми отпусками 71,0 млн. человек, получали пенсии — 35,3 млн., учились в школах — 21,1 млн., в профессионально-технических учебных заведениях — 1,7 млн., в средних специальных учебных заведениях — 2,0 млн., в высших учебных заведениях — 2,5 млн. человек.

Общественные фонды потребления существуют не только в России, но в большей или меньшей степени и во многих странах. За счет социальных фондов в этих странах выплачиваются тринадцатые оклады, наградные, семейные пособия. При этом основная часть социальных фондов формируется за счет заработной платы работников. Например, для получения пенсии работники платят в фонд социального обеспечения: в Германии 13% заработной платы; в Бельгии — 10; в Италии, Франции, Японии — 6—7; в США — 4%.

Потребительские блага и услуги, предоставляемые из общественных фондов потребления, делятся на три группы:

1) продукты и услуги, направляемые на удовлетворение ряда интеллектуальных потребностей. Так общество и фирма могут стимулировать развитие наиболее важных областей человеческой личности. Сюда относятся бесплатное обучение, культурно-просветительные мероприятия, библиотечное обслуживание;

2) блага, связанные с охраной здоровья, с обеспечением длительной трудоспособности и формированием физически совершенного человека. Сюда относятся расходы на здравоохранение, развитие физической культуры и спорта;

3) блага, которые не могут потребляться по своему характеру индивидуально. Таковы, например, некоторые услуги коммунального хозяйства — озеленение и благоустройство населенных пунктов, работа общественного транспорта, освещение улиц.

Общественные фонды потребления не являются непосредственным стимулом к труду, поскольку они распределяются независимо от его производственной результативности. В связи с этим общественные фонды потребления ослабляют материальную заинтересованность в труде, порождают иждивенчество, которые могут перерасти в элементы социального паразитизма и загнивания.

В экономической действительности существует противоречие между двумя формами распределения материальных благ: заработной платой и общественными фондами потребления. Могут возникнуть такие ситуации, когда вполне здо-

ровым людям окажется значительно выгоднее болеть или находиться в санатории, нежели работать. Поэтому общество и фирма осуществляют расширение общественных фондов потребления лишь в рамках сохранения и укрепления принципа личной экономической заинтересованности в результатах труда. Заработная плата остается основной формой распределения материальных благ и услуг.

Различия в уровне потребления работников все более увеличиваются в зависимости от величины получаемой заработной платы. И одновременно различия в уровне жизни все более уменьшаются в зависимости от состава семьи, числа иждивенцев, нетрудоспособных лиц и пенсионеров. Отсюда нетрудно сделать вывод, что общественные фонды потребления должны уменьшать различия в уровне доходов как раз в этом направлении, не подрывая принципа материальной заинтересованности в форме заработной платы.

При формировании структуры совокупного фонда потребления материальных благ и услуг необходимо прежде всего соблюдать обоснованную пропорцию между заработной платой и общественными фондами потребления. Наилучшим является такое соотношение, при котором увеличение дифференциации в заработках сочетается с улучшением образования, пенсионного обеспечения, здравоохранения, с развитием культуры и спорта.

Действительность такова, что общественные фонды потребления растут быстрее, чем заработная плата. Это объясняется следующими причинами:

1) численность иждивенцев и нетрудоспособных, особенно детей и престарелых, растет быстрее, чем число работающих. К тому же улучшается и удорожается их обслуживание в детских учреждениях, в санаториях, домах отдыха, пансионатах, больницах и поликлиниках;

2) трудоспособные пользуются все большими выплатами из общественных фондов потребления. С ростом заработной платы увеличивается объем социального страхования. В результате в период общественного иждивения обеспечивается уровень потребления, близкий к заработку. Достигается это за счет роста оплаты отпусков, пособий по временной нетрудоспособности, единовременных выплат.

Важно отметить, что не все члены общества пользуются общественными фондами потребления в равной мере. Существует различный уровень пенсий, пособий, различные

больницы, санатории и пансионаты. Не все бывают в библиотеках, больницах и домах отдыха, далеко не все учатся в вузах. Значительно меньше доходов из общественных фондов потребления получают сельские жители в связи с неразвитостью на селе объектов социальной инфраструктуры. Поэтому и распределение через общественные фонды потребления вносит дифференциацию в уровень жизни населения, правда, на другой экономической основе по сравнению с заработной платой.

Формирование и распределение централизованных общественных фондов потребления в Российской Федерации осуществляют следующие государственные и общественные структуры:

1) министерство финансов Российской Федерации. Оно следит за правильностью поступления средств на социальные нужды в федеральный бюджет и за правильностью их расходования на соответствующие цели;

2) органы социального обеспечения. Они начисляют пенсии по старости, инвалидности, в случае потери кормильца; пособия многодетным и одиноким матерям;

3) отраслевые и функциональные министерства и ведомства. Отсюда поступают средства для финансирования деятельности школ, детских садов и яслей, лечебных учреждений, профессионально-технических училищ, вузов, колледжей и лицеев;

4) профсоюзы. Они выплачивают пособия по временной нетрудоспособности, на рождение ребенка, по беременности и родам. Оплачивают (как правило, частично) культурно-массовые и спортивные мероприятия, путевки в санатории, дома отдыха и на курорты.

Перспективный объем и структура общественных фондов потребления определяются по двум направлениям:

1) прежде всего рассчитывается так называемый их естественный рост. Он охватывает увеличение льгот, пенсий, пособий, вызванное простом численности работающих и их заработков;

2) рассчитываются также новые мероприятия, финансируемые из общественных фондов потребления. Определяется рациональный бюджет потребления на социальные нужды, исходя из научно обоснованных перспективных норм.

На финансирование новых мероприятий направляется более 1/3 прироста общественных фондов потребления, на их естественный рост — около 2/3 совокупной величины.

26.3. Трудовые отношения на фирме. Занятость и рынок труда. Биржи труда

Трудовые отношения являются весьма многообразными. Они представляют систему взаимоотношений между государством и работниками, а также между фирмами и работниками. Трудовые отношения регулируются, как правило, договором и строятся на контрактной основе.

Контракт — это договор, заключаемый между фирмой и работником на определенное, обычно не очень продолжительное время. По истечении срока он может быть закончен по желанию обеих сторон, а может быть и продлен.

Сила контрактного договора состоит в том, что заключивший контракт постоянно чувствует его временный характер. Если работник заинтересован в продлении контракта, то старается с самого начала работать качественно и производительно. При этом работник понимает, что если он будет работать с высоким качеством, то у него повышается вероятность возобновить контракт и, быть может, на более выгодных для себя условиях.

Контракт — это рычаг рыночной экономики, поскольку он постоянно мотивирует работника к производительному труду, к получению высоких результатов. Контракт необязательно должен быть временным. Он может быть бессрочным и даже пожизненным, если стороны взаимно доверяют друг другу. Такие формы контрактов распространены в отдельных японских фирмах, которые исходят из первостепенного значения моральных гарантий и традиций как главных условий эффективной и качественной деятельности работников.

Трудовые отношения между фирмой и работниками регулируются коллективным договором. В него включаются взаимные обязательства фирмы и работника по таким вопросам, как:

— форма, система и размер оплаты труда, величина денежных пособий, компенсаций и доплат,

— механизм регулирования заработной платы в условиях роста цен и усиливающейся инфляции;

— регулирование занятости и высвобождения работников, переквалификация и переобучение высвободившихся работников;

— продолжительность рабочего и свободного времени, график и величина отпусков;

— условия медицинского и социального страхования;

— экологическая безопасность и охрана здоровья работников на производстве;

— контроль за выполнением коллективного договора.

Коллективный договор заключается на срок от одного до трех лет. Порядок заключения договоров определяется Законом Российской Федерации «О коллективных договорах и соглашениях».

Государство регулирует трудовые отношения фирмы и работника через законодательные акты и правоохранительные органы. Оно определяет минимальный уровень заработной платы, длительность рабочей недели, регулирует занятость, регламентирует использование труда женщин и молодежи. В Российской Федерации основными документами, регулирующими трудовые отношения, являются: «Кодекс законов о труде Российской Федерации», «Закон о занятости населения», «Об обеспечении прав профессиональных союзов в условиях перехода к рыночной экономике», Указ Президента Российской Федерации «О дополнительных мерах по защите трудовых прав граждан Российской Федерации».

С трудовыми отношениями взаимосвязана очень важная экономическая проблема занятости населения. Под занятостью населения понимается мера вовлечения людей в трудовую деятельность, степень удовлетворения их потребности в труде, обеспечения рабочими местами. При переходе к рыночной экономике изменяется взгляд на эффективную занятость. В нерыночной экономике господствовала идеология всеобщей занятости всего трудоспособного населения. На смену ей в условиях рынка приходит идеология обеспечения желаемой занятости и свободного выбора формы и вида занятости. Другими словами, общество должно гарантировать каждому человеку возможность трудиться, а человек вправе избирать место и вид трудовой деятельности.

Свободно избранная занятость является необычной для бывшей советской экономики. Для ее осмысления необходим коренной поворот в экономическом мышлении и социальных императивах. Новым законодательством о занятости населения предусмотрено, что каждый гражданин России обладает правом добровольного избрания любого вида деятельности, не противоречащего законодательству. Запрещено административное принуждение людей к труду (нельзя

теперь принудительно заставить работать в овощехранилищах, на разгрузке вагонов, на сельскохозяйственных плантациях). Наоборот, допускается добровольная незанятость трудоспособных граждан в общественном хозяйстве при наличии у них источников доходов, установленных законом. В связи с этим становятся общественно признанными такие виды трудовой деятельности, как работа на дому, в домашнем хозяйстве, воспитание детей, уход за престарелыми людьми и инвалидами. Получают распространение работа по совместительству, временная работа, эпизодические формы занятости, работа по гибкому, скользящему графику.

Принципиальное значение таких форм занятости состоит в том, что раскрепощенность труда, его внутренняя свобода, гибкость соответствуют духу и принципам рыночной экономики. Свободно избранная занятость открывает возрастающие возможности получения и использования свободного времени — одного из главных достояний человека. При этом свободное время выполняет роль стимулятора эффективной работы, если в жизнь воплощается принцип: чем лучше и эффективнее работаешь на производстве, тем больше получаешь свободного времени.

Свободно избранная занятость предполагает возможность избрания трудовой деятельности в любом секторе экономики независимо от формы собственности, включая личную, индивидуальную, частную собственность. Это означает, что труд по найму, индивидуальный труд, предпринимательская деятельность приобретают статус общественно признанных форм труда. Законом предусмотрена профессиональная деятельность граждан России за рубежом.

Рынок труда занимает особое место в структуре рыночных отношений. Понятие рынок труда включает отношения обмена рабочей силы. Поскольку труд не является товаром, рынок труда в действительности есть рынок рабочей силы. Рынок рабочей силы не может рассматриваться вне затрат на ее воспроизводство, поскольку рабочая сила через рынок труда обменивается на жизненные средства. Поэтому нельзя рынок труда ограничивать вопросами безработицы и трудоустройства.

В момент купли-продажи рабочей силы, в момент найма на рынке труда рабочий не получает эквивалента стоимости своей рабочей силы. Поэтому товарная форма рабочей силы реализуется не прямо, а посредством ее потребления в процессе труда. Товарная форма рабочей силы специфична. При рабстве и крепостничестве она продавалась вместе с личностью человека. В этих условиях сам человек, носитель рабочей силы, был собственностью другого и не мог распоряжаться своей способностью к труду.

Непосредственный производитель является собственником, хозяином только в мелкотоварном производстве. Во всех других случаях существует наемный труд как труд за определенное вознаграждение. Экономически это означает предоставление через рынок труда собственнику средств производства, кто бы им ни был, права распоряжаться и использовать рабочую силу.

На рынке труда существует спрос и предложение рабочей силы определенного качества. Может быть предложение выше спроса, может спрос превышать предложение. Например, спрос на инженеров, как правило, меньше предложения, что отражается на уровне заработной платы. Могут быть вакантные места, требующие одной квалификации, и одновременно безработица среди работников другой квалификации. В связи с этим нужно различать трудовые ресурсы общества как совокупность способных к труду работников и рабочую силу конкретного качества.

В результате в рыночной экономике меняется представление о полной занятости, бытовавшей в течение многих лет в советской экономической науке и практике. В условиях рынка труда речь идет не о максимальном, полном вовлечении всего трудоспособного населения в сферу общественного труда, а о рациональной занятости трудоспособных. С позиций рыночной экономики полная занятость воспринимается не как всеобщая (поголовная), а как доступная, т. е. занятость следует считать полной, если каждый желающий иметь работу имеет возможность получить ее с учетом профессиональной принадлежности. Законодательство гарантирует право на труд.

Дадим более подробную характеристику полной и рациональной занятости.

Под полной занятостью понимается вовлечение всех желающих в процесс трудовой деятельности, отсутствие безработицы. Теоретически полная занятость вполне возможна, так как постоянно возрастающие потребности опережают возможности производства для их удовлетворения. Кроме того, вполне возможно сокращение рабочего дня, индивиду-

альные и другие формы занятости. При известных условиях (социализм) может быть даже дефицит рабочей силы.

Рациональная занятость характеризуется оптимальным распределением работников по отраслям производства, регионам, обеспечение максимальной эффективности их использования. Рациональная занятость предполагает учет: поло-возрастных, квалификационных характеристик, постоянную интенсификацию производства, возрастание сложности труда и т. п. Главное в рациональной занятости — структура занятости и уровень эффективности производства.

В условиях рациональной занятости и сокращающегося естественного прироста населения обеспечение экономики рабочей силой в решающей степени зависит от повышения эффективности использования живого труда. Важнейшими направлениями его экономии являются:

— сокращение сферы приложения ручного малоквалифицированного труда на основе механизации и автоматизации производства,

— улучшение использования рабочего времени путем сокращения рабочего периода и времени производства,

— совершенствование организации перераспределения трудовых ресурсов между фирмами, отраслями и регионами.

Особое значение в связи с этим приобретают некоторые социальные аспекты использования трудовых ресурсов. Рациональная занятость предполагает учет растущих требований со стороны работников к условиям труда, обеспечение оптимального сочетания участия женщин в производительном труде с выполнением ими функций материнства, создание условий для осознанного выбора молодежью будущей профессии.

Полная занятость не всегда совпадает с рациональной, как и рациональная занятость не означает полной занятости работников. Например, обеспечение всеобщей занятости за счет низкой эффективности производства нерационально. В этом случае полная занятость снижается эффективность производства.

Совершенствование отношений занятости необходимо осуществлять с позиций сравнительной эффективности различных социальных форм трудовой деятельности. В этом плане можно выделить занятых в государственных предприятиях, организациях и учреждениях, в колхозах и других

кооперативах, в личном подсобном хозяйстве, индивидуально-трудовой деятельностью, в акционерных обществах, в фермерских, крестьянских хозяйствах, в частных предприятиях.

Во всех этих формах трудовые отношения складываются по-разному, в зависимости от отношений непосредственных производителей к средствам производства. Как показывает мировая практика, наиболее эффективная занятость обеспечивается на акционерных предприятиях, деятельность которых регулируется законами рынка. Во всех странах эффективность на государственных предприятиях ниже, чем в акционерных, частных и других фирмах.

В нашей стране на государственных предприятиях занято около 90% работников. Отсутствие рыночных отношений не создает заинтересованности ни администрации, ни работников в сокращении затрат труда. Это ведет к избыточной численности работников на предприятиях, к существованию наряду с реальной формальной занятости.

Поэтому обеспечение эффективной занятости является для нашей страны наиболее актуальной проблемой. Среди направлений решения этой задачи можно выделить разгосударствление, приватизацию, акционирование, создание многообразных фирм и корпораций. С целью гарантирования занятости можно проводить сокращение рабочей недели, использовать временное увольнение с выплатой значительной части средней заработной платы, перевод работников на другое место, осуществлять программы переквалификации и переобучения.

В обеспечении эффективной занятости определенную роль играют биржи труда. Биржа труда — это учреждение, осуществляющее посредничество между рабочими и предпринимателями при совершении сделки купли-продажи рабочей силы.

Биржи труда возникли в первой половине XIX в. Сейчас главным образом существуют государственные биржи труда, подчиненные министерствам труда. В США сейчас насчитывается свыше 1900 таких бирж труда. Биржи труда оказывают посреднические услуги при трудоустройстве безработных, для лиц, желающих переменить работу, изучают спрос и предложение рабочей силы, предоставляют информацию о требующихся профессиях, осуществляют профессиональную ориентацию молодежи, ведут учет без-

работных и производят им выплату пособий по безработице.

Биржи труда являются учреждениями, от управления которыми трудящиеся и профсоюзы отстранены. В деятельности бирж труда нередко процветают коррупция, взяточничество, шантаж, дискриминация трудящихся по признакам расы, национальности, политическим убеждениям.

Наряду с государственными биржами труда существуют платные частные агентства, обслуживающие, как правило, определенные категории работников: сельскохозяйственных рабочих, конторских служащих, учителей и т. п. Есть также и посреднические бюро по трудоустройству при профсоюзных, религиозных и молодежных организациях.

Деятельность бирж труда не оказывает существенного влияния на состояние рынка труда. Направления, даваемые биржами труда лицам, которые состоят у них на учете, не являются обязательными для предприятий и предпринимателей. Многие предприятия нанимают работников непосредственно через свои отделы кадров. Значительная часть работников, особенно квалифицированных, не пользуется услугами бирж труда. В США через биржи труда трудоустраивается не более 15% вновь принятых на работу. Биржи труда не могут заметно уменьшить безработицу.

В России биржи труда возникли в начале XX в. в крупных промышленных центрах. Они существовали в 20-х годах при советской власти и были орудием пролетарского государства по ликвидации безработицы. К концу 1930 г. безработица в России была ликвидирована и биржи труда перестали существовать.

В настоящее время в России вновь возникла безработица. Это связано с осуществлением экономической реформы. Поэтому вновь возникли биржи труда и службы занятости, которые выполняют свои посреднические функции между безработными и фирмами.

26.4. Тенденции заработной платы и цен. Профсоюзы и их взаимодействие с фирмами и государством

Тенденции заработной платы и цен могут быть раскрыты путем анализа тенденций номинальной и реальной заработной платы.

Номинальная заработная плата — это
ная плата, это та сумма денег, которую

Номинальная заработная плата
с разным социально-экономическим
продажу рабочей силы, оплату ус
труду.

Номинальная заработная плата хара
заработной платы независимо от изменени
услуги. Поэтому она является одним из фа
ния благосостояния и уровня жизни трудящих

На полученную номинальную заработную
ник должен приобрести продукты питания, одеж
мебель и другие товары, необходимые для сущест
его самого и его семьи. Существенно уменьшают ном
ную заработную плату многочисленные налоги. К том
цены товаров и услуг, потребляемых работником и его се
ей, не остаются постоянными. Они под влиянием многочи
ленных факторов значительно колеблются. В результате
одна и та же величина номинальной заработной платы мо
жет выражать неодинаковый объем жизненных средств, на
которые она может быть обменена на рынке.

Поэтому полученная сумма денег еще не все говорит о действительных размерах потребления работников. На это указывает реальная заработная плата.

Реальная заработная плата — это то количество товаров и услуг, которое работник может приобрести на свою номинальную заработную плату. Выделяют следующие факторы, которое определяют уровень реальной заработной платы:

1) размер номинальной заработной платы;

2) уровень цен на товары массового потребления и услуги;

3) размер взимаемых налогов.

Динамика реальной заработной платы за определенный промежуток времени рассчитывается как индекс ($У_{р.з\ п}$), равный частному от деления индекса номинальной заработной платы ($У_{н.з.п}$) на индекс цен товаров и услуг ($У_ц$):

$$У_{р.з.п} = У_{н.з.п} / У_ц . \qquad (26.2)$$

Например, в России этот индекс в 1990 г. по сравнению с 1940 г. составил: $У_{р.з.п} = 5{,}41 : 1{,}51 = 3{,}58$. В 1993 г. по сравнению с 1990 г. он, согласно данным официальной статистики, составил: $У_{р.з.п} = 204{,}21 : 278{,}62 = 0{,}73$.

В настоящее время в условиях рынка цены на товары и услуги постоянно растут. И хотя номинальная заработная плата периодически повышается, однако в меньшей мере, чем растут цены и налоги. Следствием этого является тенденция к понижению реальной заработной платы. Эта тенденция усиливается в условиях хронической инфляции и гиперинфляции.

Одновременно происходит рост стоимости жизни, усиливаются налоговые обложения. Поэтому прибавки к заработной плате, завоеванные в профсоюзной борьбе, лишь в незначительной мере смягчают тенденцию падения реальной заработной платы.

Стремясь предотвратить падение реальной заработной платы, работники настаивают на включении в коллективные договоры с фирмой так называемого принципа «подвижной шкалы» заработной платы. Он предполагает периодический пересмотр и изменение ставок в зависимости от динамики официального индекса стоимости жизни. Правда, индексация заработной платы, как правило, запаздывает, а поэтому далеко не всегда и не в полной мере компенсирует возросшие с повышением цен расходы работников.

Правительство под предлогом борьбы с инфляцией, предотвращения роста дороговизны прибегает часто к политике «замораживания» заработной платы. Оно вводит законодательно запрещение ее повышения в течение определенного периода или устанавливает максимальные пределы ее повышения. Все это способствует росту прибыли фирм.

Кроме того, за средними величинами, характеризующими потребление, скрывается огромная дифференциация в уровне и условиях жизни различных социальных слоев населения. Причем этот разрыв не сокращается, а наоборот растет.

Динамика реальной заработной платы служит одним из важнейших показателей уровня жизни работников. Еще более отчетливо выражает жизненный уровень показатель относительной заработной платы, исчисляемый как отношение суммы заработной платы работников к величине прибыли фирмы. Поскольку прибыль фирмы растет, как правило, более быстрыми темпами, чем номинальная заработная плата, то происходит снижение относительной заработной платы. Это свидетельствует об уменьшении доли чистой продукции фирмы, получаемой ее работниками.

Реальная заработная плата — это рыночная цена рабочей силы. В условиях рынка профсоюзы выступили с лозунгом «Рыночным ценам — рыночную заработную плату». Складывается трехступенчатая основа регулирования реальной заработной платы: государство — фирма — работник.

Государство в условиях рыночной экономики, регулируя заработную плату, устанавливает ее минимум и косвенные методы контроля. Рыночный механизм не совместим с гарантированной государством полной защитой трудящихся от негативного воздействия рыночных сил. В условиях рынка трудящиеся должны иметь возможность сами защищать свои интересы.

Тот, кто нанимается на работу, находится в неравном положении по отношению к нанимателю: надо зарабатывать на жизнь постоянно, а возможности выбора работы ограничены. Трудящиеся стремятся преодолеть трудности путем создания своих объединений — профсоюзов.

Ситуация, когда на рынке труда взаимодействуют профсоюзы и организации работодателей, получила название двусторонней монополии. Понятие монополия в данном случае носит условный характер. Положение нанимателей — частных собственников, фирм, корпораций, предпринимательских объединений или государства — приближается к монопольному. А вот профсоюзы приравнять к монополии неправомерно. Это связано с тем, что профсоюзы:

1) не охватывают всех работающих по найму (через профсоюзы часто проходит меньшинство работников);

2) не продают рабочую силу (есть коммерческие организации, снабжающие предпринимателей рабочей силой, но они ничего не имеют общего с профсоюзами);

3) стремятся обеспечить полную занятость, лучшие условия труда и необязательно максимальную заработную пла-

ту (а предприниматели стремятся к максимальной прибыли на капитал).

В условиях двусторонней монополии заработная плата становится неопределенной величиной, т. е. колеблется в каких-то пределах в зависимости от договорной силы сторон. Ее фактический уровень устанавливается путем торга. Неизбежность торга вытекает из самого характера функционирования рынка, где субъекты хозяйствования самостоятельны.

Возможен случай (и эта тенденция нарастает в мировой экономике), когда предприниматель и трудовой коллектив одно и то же юридическое лицо, т. е. предприятие находится в собственности коллектива. Одновременно развивается смешанная экономика, где будут функционировать и частные предприятия. Поэтому надо исходить из того, что в перспективе будет возрастать роль торга в определении заработной платы.

Теория торга давно и основательно разработана на Западе как специальный раздел экономической теории. В рамках этой теории сегодня обсуждаются следующие вопросы:

1) какое воздействие оказывают профсоюзы, стачки на заработную плату, на распределение продукта;

2) детерминируется ли заработная плата в большей мере экономическими законами или «силой» и политическими действиями;

3) ведет ли более высокая заработная плата к большей эффективности производства.

Даже будучи организованными в профсоюзы, лица, работающие по найму, не становятся равными партнерами работодателя. Но профсоюзы до известной меры компенсируют неблагоприятные условия по найму для рабочих. Тем самым трудящимся обеспечивается более сильная позиция в торге.

При повышении заработной платы профсоюз должен взвесить, насколько она должна быть и насколько она может быть повышена. Речь идет о торге, и профсоюз потребует, очевидно, больше, чем он фактически рассчитывает получить.

Первоначальное предложение предпринимателя, с другой стороны, будет меньше, с чем он фактически может согласиться. У него, как и у профсоюза, есть свое представление о нижней и верхней границе заработной платы. Это пределы торга.

Каждая из сторон, определяя свои позиции на переговорах, будет исходить из предположений о том, как сложится баланс выгод и потерь в случае принятия условий другой стороны или отказа от них. В центре торга неизбежно станут следующие вопросы:

1) оценка изменений стоимости жизни;

2) влияние более высоких ставок заработной платы на издержки производства;

3) динамика производительности труда;

4) динамика занятости.

В ходе переговоров позиции сторон сближаются и соглашение, как это часто бывает, может быть достигнуто без силового нажима. Однако потенциальная угроза забастовки (реже — локаута) — одна из составляющих договорного процесса.

С точки зрения предпринимателя, стремление в любом случае избежать забастовки неизбежно ведет к предъявлению новых, более высоких и невыполнимых требований. С позиций профсоюза, заранее исключить возможность забастовки значило бы позволить предпринимателю отказаться от всякого повышения заработной платы. Следовательно, готовность проверить соотношение сил в открытом столкновении — один из необходимых элементов торга.

Поэтому право на стачку признается профсоюзом необходимым атрибутом его самостоятельности как социального партнера. Без этого профсоюзы были бы бессильны. Вместе с тем стачка (как и локаут) — это в условиях рынка крайний аргумент, чрезвычайное средство давления. И его стараются избежать.

Одну из моделей поведения участников договорного процесса предложил английский экономист Дж.Р.Хикс. Он выдвинул следующее предположение: фактический максимум заработной платы устанавливается в точке пересечения кривой требований профсоюзов и кривой уступок предпринимателя.

ту (а предприниматели стремятся к максимальной прибыли на капитал).

В условиях двусторонней монополии заработная плата становится неопределенной величиной, т. е. колеблется в каких-то пределах в зависимости от договорной силы сторон. Ее фактический уровень устанавливается путем торга. Неизбежность торга вытекает из самого характера функционирования рынка, где субъекты хозяйствования самостоятельны.

Возможен случай (и эта тенденция нарастает в мировой экономике), когда предприниматель и трудовой коллектив одно и то же юридическое лицо, т. е. предприятие находится в собственности коллектива. Одновременно развивается смешанная экономика, где будут функционировать и частные предприятия. Поэтому надо исходить из того, что в перспективе будет возрастать роль торга в определении заработной платы.

Теория торга давно и основательно разработана на Западе как специальный раздел экономической теории. В рамках этой теории сегодня обсуждаются следующие вопросы:

1) какое воздействие оказывают профсоюзы, стачки на заработную плату, на распределение продукта;

2) детерминируется ли заработная плата в большей мере экономическими законами или «силой» и политическими действиями;

3) ведет ли более высокая заработная плата к большей эффективности производства.

Даже будучи организованными в профсоюзы, лица, работающие по найму, не становятся равными партнерами работодателя. Но профсоюзы до известной меры компенсируют неблагоприятные условия по найму для рабочих. Тем самым трудящимся обеспечивается более сильная позиция в торге.

При повышении заработной платы профсоюз должен взвесить, насколько она должна быть и насколько она может быть повышена. Речь идет о торге, и профсоюз потребует, очевидно, больше, чем он фактически рассчитывает получить.

Первоначальное предложение предпринимателя, с другой стороны, будет меньше, с чем он фактически может согласиться. У него, как и у профсоюза, есть свое представление о нижней и верхней границе заработной платы. Это пределы торга.

Каждая из сторон, определяя свои позиции на переговорах, будет исходить из предположений о том, как сложится баланс выгод и потерь в случае принятия условий другой стороны или отказа от них. В центре торга неизбежно станут следующие вопросы:

1) оценка изменений стоимости жизни;

2) влияние более высоких ставок заработной платы на издержки производства;

3) динамика производительности труда;

4) динамика занятости.

В ходе переговоров позиции сторон сближаются и соглашение, как это часто бывает, может быть достигнуто без силового нажима. Однако потенциальная угроза забастовки (реже — локаута) — одна из составляющих договорного процесса.

С точки зрения предпринимателя, стремление в любом случае избежать забастовки неизбежно ведет к предъявлению новых, более высоких и невыполнимых требований. С позиций профсоюза, заранее исключить возможность забастовки значило бы позволить предпринимателю отказаться от всякого повышения заработной платы. Следовательно, готовность проверить соотношение сил в открытом столкновении — один из необходимых элементов торга.

Поэтому право на стачку признается профсоюзом необходимым атрибутом его самостоятельности как социального партнера. Без этого профсоюзы были бы бессильны. Вместе с тем стачка (как и локаут) — это в условиях рынка крайний аргумент, чрезвычайное средство давления. И его стараются избежать.

Одну из моделей поведения участников договорного процесса предложил английский экономист Дж.Р.Хикс. Он выдвинул следующее предположение: фактический максимум заработной платы устанавливается в точке пересечения кривой требований профсоюзов и кривой уступок предпринимателя.

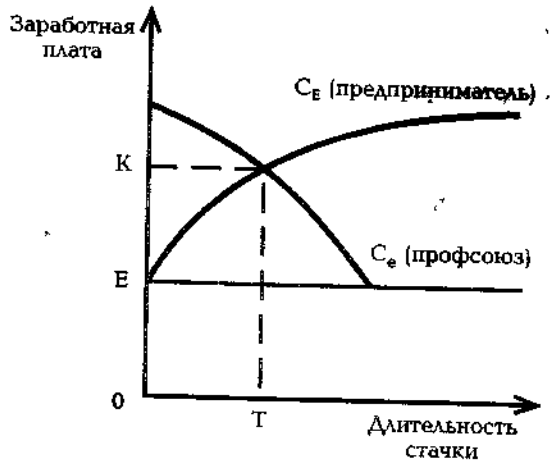


Рис. 26.1. Модель торга по Дж.Р.Хиксу

Предложенная Дж.Р.Хиксом модель торга дает представление о потенциальной вероятности конфликта в процессе торга (рис. 26.1). Отрезок OE означает заработную плату, гарантируемую государством, которую предприниматель готов установить без каких-либо условий. Это минимальная заработная плата. OL — заработная плата, на которую немедленно согласился бы профсоюз. Чтобы избежать стачки, обе стороны готовы на какие-то компромиссы. Причем их готовность тем больше, чем больше вероятная продолжительность стачки. Эта взаимосвязь и означает две кривые уступок — C_E и C_e. Если продолжительность стачки окажется равной OT, то уровень заработной платы составит OK, т. е. он будет определен пересечением кривых уступок профсоюза C_e и предпринимателя C_E.

26.5. Социальная защищенность в рыночной экономике. Система и источники социальной защиты

Свободно избранная занятость создает качественно новые представления о труде, выдвигает на первый план социальные аспекты трудовой деятельности. В результате происходят перемены не только в трудовой психологии людей, но

и в реальных трудовых отношениях, непосредственно в сфере труда.

Смещаются акценты престижности отдельных форм, видов, областей труда. Предпочтение сфер деятельности, дающих возможность числиться на работе, не работая по существу, сменяется почитанием труда в любой области, где он приносит доход. Люди перестают считать трагедией непопадание в трудовой клан артистов, дипломатов, космонавтов, ученых, политических и общественных деятелей, смотреть с уважением на предпринимательскую деятельность, а с почтением относятся к хорошо оплачиваемой работе столяром, хлеборобом, доярком, кузнецом, почтальоном, дворником.

Свободно избранная занятость и почитание труда в любой области трудовой деятельности существенно повышают социальную защищенность населения в рыночной экономике. Однако этим социальная защищенность работников в условиях рынка, особенно от безработицы, не ограничивается. Существует сложная система мер, обеспечивающая социальную защиту трудящихся. В нее входят:

1) государственная система организации научно-исследовательских работ и ускорения научно-технического прогресса. Применение современных технологий обеспечивает высокую производительность труда и рациональную занятость;

2) ориентация на развитие новых наукоемких отраслей, также обеспечивающих рациональную занятость;

3) реформирование образования с целью обеспечения производства квалифицированной рабочей силой. Государство финансирует и контролирует подготовку кадров;

4) увеличение потребления, введение индексации доходов в случае роста цен из-за инфляции; установление минимальной заработной платы;

5) переподготовка кадров;

6) обеспечение оперативной информации о потребности в рабочей силе;

7) установление пособия по безработице и четкого порядка по его выплате.

При социальной защите населения обеспечивается также ряд экономических, правовых и благотворительных мер:

1) может быть осуществлен переход на сокращенный рабочий день,

2) предусматриваются налоговые льготы предпринимателям, вкладывающим средства в образование и благотворительные фонды.

В России система мер по социальной защите населения только складывается. Много нерешенных проблем возникает в связи с разгосударствлением и приватизацией. Предприятие может быть продано коллективу, преобразовано в акционерное общество и продано на аукционе. Новый собственник в соответствии с законом о собственности по своему усмотрению распорядится своим имуществом и судьбами занятых на предприятии работников.

В последнее время проделана большая работа по социальной защите населения:

1) создана служба занятости;

2) создан государственный фонд занятости;

3) финансируется подготовка и переподготовка высвобожденных работников;

4) местные органы власти в целях обеспечения временной занятости организуют общественные работы;

5) работник, потерявший работу, может получать стипендию, пособие по безработице или другие материальные выплаты.

Сейчас легализуется реально существовавшая безработица. Рынок положил начало новым трудовым отношениям, сделал экономически невозможной нерациональную занятость, предъявил спрос на рабочую силу определенного качества. Поэтому меры по социальной защите населения следует разделить на долговременные (стратегические) и временные (тактические).

К стратегическим мерам социальной защищенности следует отнести систему мер, обеспечивающую всеобщую рациональную занятость. Сюда относятся:

1) создание качественно нового производственного аппарата для всех отраслей. Резкое сокращение ручного труда;

2) полная механизация и автоматизация агропромышленного комплекса. Создание современной базы хранения и переработки сельскохозяйственной продукции;

3) изменение роли науки, ее большая направленность на решение социальных задач;

4) укрепление материальной базы и совершенствование системы образования и подготовки кадров. Подготовка кадров по новым перспективным профессиям;

5) развитие производственной и социальной инфраструктуры, особенно здравоохранения и сферы услуг.

Эти меры необходимы для становления интенсивного воспроизводства и рационального использования трудовых ресурсов. Социальная защищенность населения должна проявляться прежде всего в создании условий для эффективного труда, чтобы работник был удовлетворен трудом и заработной платой.

К тактическим мерам социальной защищенности населения следует отнести:

1) организацию профессиональной переподготовки работников в связи с разгосударствлением, изменением профиля работы предприятия, конверсией;

2) социальную защиту временно не занятых работников в форме пособий по безработице;

3) расширение личной свободы человека, ликвидация всяких ограничений в развитии и использовании своих способностей к труду. Это должно проявиться в ликвидации прописки, в ликвидации привязанности к определенному месту работы и жительства в связи с очередью на квартиру, на получение места в детском саду, в снятии ограничений для выезда за границу.

Экономические изменения в России в 1992—1994 гг. сформировали сложные социальные задачи, естественной формой разрешения которых является в том числе и рынок труда. Прежде всего речь идет о появлении открытой безработицы. Она несет такие социальные издержки, которые не могут быть компенсированы несколькими выплатами. В результате потери работы в сознании человека разрушаются все традиционные ценности современного общества, которые в первую очередь связаны с трудом: самоутверждение, материальное благополучие, возможности для профессионального роста, социальный статус. Прослеживается четкая связь между ростом безработицы и числом психических заболеваний, ростом разводов и самоубийств. Среди безработной молодежи растет преступность, наркомания, алкоголизм.

Во многих странах наиболее распространенной является социальная помощь безработным. Она включает:

1) пособия по безработице. Это наиболее крупная материальная помощь безработным. В США пособия по безработице составляют около 50% заработка, в Германии — 63—68, во Франции — 40, в Японии — 60—80%;

2) предусматриваются налоговые льготы предпринимателям, вкладывающим средства в образование и благотворительные фонды.

В России система мер по социальной защите населения только складывается. Много нерешенных проблем возникает в связи с разгосударствлением и приватизацией. Предприятие может быть продано коллективу, преобразовано в акционерное общество и продано на аукционе. Новый собственник в соответствии с законом о собственности по своему усмотрению распорядится своим имуществом и судьбами занятых на предприятии работников.

В последнее время проделана большая работа по социальной защите населения:

1) создана служба занятости;

2) создан государственный фонд занятости;

3) финансируется подготовка и переподготовка высвобожденных работников;

4) местные органы власти в целях обеспечения временной занятости организуют общественные работы;

5) работник, потерявший работу, может получать стипендию, пособие по безработице или другие материальные выплаты.

Сейчас легализуется реально существовавшая безработица. Рынок положил начало новым трудовым отношениям, сделал экономически невозможной нерациональную занятость, предъявил спрос на рабочую силу определенного качества. Поэтому меры по социальной защите населения следует разделить на долговременные (стратегические) и временные (тактические).

К стратегическим мерам социальной защищенности следует отнести систему мер, обеспечивающую всеобщую рациональную занятость. Сюда относятся:

1) создание качественно нового производственного аппарата для всех отраслей. Резкое сокращение ручного труда;

2) полная механизация и автоматизация агропромышленного комплекса. Создание современной базы хранения и переработки сельскохозяйственной продукции;

3) изменение роли науки, ее большая направленность на решение социальных задач;

4) укрепление материальной базы и совершенствование системы образования и подготовки кадров. Подготовка кадров по новым перспективным профессиям;

5) развитие производственной и социальной инфраструктуры, особенно здравоохранения и сферы услуг.

Эти меры необходимы для становления интенсивного воспроизводства и рационального использования трудовых ресурсов. Социальная защищенность населения должна проявляться прежде всего в создании условий для эффективного труда, чтобы работник был удовлетворен трудом и заработной платой.

К тактическим мерам социальной защищенности населения следует отнести:

1) организацию профессиональной переподготовки работников в связи с разгосударствлением, изменением профиля работы предприятия, конверсией;

2) социальную защиту временно не занятых работников в форме пособий по безработице;

3) расширение личной свободы человека, ликвидация всяких ограничений в развитии и использовании своих способностей к труду. Это должно проявиться в ликвидации прописки, в ликвидации привязанности к определенному месту работы и жительства в связи с очередью на квартиру, на получение места в детском саду, в снятии ограничений для выезда за границу.

Экономические изменения в России в 1992—1994 гг. сформировали сложные социальные задачи, естественной формой разрешения которых является в том числе и рынок труда. Прежде всего речь идет о появлении открытой безработицы. Она несет такие социальные издержки, которые не могут быть компенсированы несколькими выплатами. В результате потери работы в сознании человека разрушаются все традиционные ценности современного общества, которые в первую очередь связаны с трудом: самоутверждение, материальное благополучие, возможности для профессионального роста, социальный статус. Прослеживается четкая связь между ростом безработицы и числом психических заболеваний, ростом разводов и самоубийств. Среди безработной молодежи растет преступность, наркомания, алкоголизм.

Во многих странах наиболее распространенной является социальная помощь безработным. Она включает:

1) пособия по безработице. Это наиболее крупная материальная помощь безработным. В США пособия по безработице составляют около 50% заработка, в Германии — 63—68, во Франции — 40, в Японии — 60—80%;

2) помощь по безработице. Это второй этап помощи не имеющим работы. В одних странах она составляет твердую ставку (во Франции — от 65 до 130 франков на одного человека в день), в других, как и пособие по безработице, — долю заработка (в Германии — 56—58%), а в некоторых странах, в частности в США и Японии, ее вообще нет;

3) оплата пользования отдельными коммунальными услугами. Если человек не работает и не получает по каким-то причинам пособия или помощи по безработице, или уже кончил их получать, а работы найти не удается, то государство выделяет ему денежные средства для оплаты, например, пользования общественным транспортом, для погашения квартирной платы. Эти выплаты меньше, чем пособие или помощь по безработице, но зато они выделяются без ограничения срока.

В мировой практике действует «Конвенция о содействии занятости и защите от безработицы», принятая Международной организацией труда. Она была принята в 1934 г. Сейчас она пересмотрена и ратифицирована многими государствами мира. Конвенция стала актуальной и для России, поскольку у нас появилась безработица. В конвенции имеются следующие разделы: 1) общие положения; 2) содействие продуктивной занятости; 3) охватываемые случаи; 4) лица, подлежащие защите; 5) методы защиты; 6) пособия, подлежащие выплате; 7) специальные положения для лиц, впервые обращающихся с заявлением о трудоустройстве; 8) юридические, административные и финансовые гарантии.

26.6. Экономическая свобода и гражданское общество

Теоретическая постановка вопроса о личной экономической свободе связана с обоснованием индивидуальной собственности на рабочую силу. Есть противоположный подход, отстаивающий общественную собственность на рабочую силу. В этом случае общество осуществляет воспроизводство рабочей силы.

Общественная собственность на рабочую силу отражала реалии государственного социализма. Государство ввело ряд социальных гарантий, которые вряд ли можно было считать новым содержанием личной свободы. Сложилось огосударствление рабочей силы, человек фактически лишился гражданской свободы, зависел от государственного произвола.

Экономическая эффективность огосударствления рабочей силы оказалась невысокой:

1) происходила растрата квалифицированного труда в условиях принудительного распределения и трудовых мобилизаций;

2) сложилось торможение технического прогресса в результате использования дешевого труда, основанного на принуждении или энтузиазме;

3) развилась безработица на работе из-за низкой заработной платы (по мировым стандартам).

Более прогрессивной является индивидуальная собственность на рабочую силу. Она — один из устоев личной экономической свободы. Однако и эта позиция уязвима. В этих условиях может сложиться индивидуально-семейная форма потребления и воспитания детей. В итоге может сложиться семейная форма собственности на рабочую силу и ограничение личной свободы. Прежде всего это относится к молодым людям, только вступающим в трудовой процесс. Например, на ранней стадии капитализма родители продавали детей на фабрики.

Основу личной экономической свободы следует искать не только в формах ее фиксации (формы собственности на рабочую силу), но и в отношениях производства и их исторической эволюции. В различные исторические эпохи существовали разные пределы экономической свободы.

В первобытнообщинном обществе человек был «рабом» общины. Присвоение человека вместе с его рабочей силой было закономерностью всех древних эпох. Социальный прогресс выражался в переходе от всеобщего рабства к свободе немногих, например, к свободе элитарного слоя рабовладельцев.

В средние века в цеховой ремесленной мастерской объектом собственности становится профессия. Именно она передается по наследству и является источником шедевров средневекового мастерства.

Капитализм окончательно рушит «царство всеобщей посредственности», развивает крупное производство и индивидуальность самого работника. Личность перестает быть объектом присвоения. Присваивается только рабочая сила человека капиталистом.

Исторический прогресс постоянно расширял пределы свободы, ограничивая масштабы присвоения человека. И изолированная собственность на рабочую силу была одной из ступеней в этом процессе.

Освобождение труда реально при условии, если человек становится хозяином, предпринимателем. В противном случае он по-прежнему продает свою рабочую силу государству как действительному хозяину общей собственности. Вместе с этим он отчуждает и свою свободу. Личная экономическая свобода проявляется в любом обществе в развитии;

1) свободной территориальной подвижности (мобильности) населения;

2) свободной профессиональной подвижности людей;

3) свободной социальной мобильности населения.

Капитализм внес значительный вклад в развитие личной свободы, уничтожив территориальное (крепостное право) и профессиональное (цеховое) закрепление человека.

Государственный социализм развил социальную подвижность населения путем развития:

1) всеобщего среднего и высшего образования;

2) участия масс в аппарате управления государством;

3) социальной защищенности населения.

Но государственный социализм отступил в прошлое по вопросу территориальной подвижности населения. Прописка — это ограничение личной свободы. Но за это ограничение платили хорошую цену в форме государственной гарантии жилья.

Гарантии личной свободы следует искать в изменении структуры экономических отношений общества путем развития:

1) инициативного общественного предпринимательства;

2) полноправной экономической деятельности общественных союзов;

3) экономической деятельности коллективов различных предприятий и индивидуальных хозяев.

В этом смысле свобода предпринимательства означает следующую ступень развития экономической свободы — свободу производить, свободу хозяйничать.

В целом основы экономической свободы личности включают следующие моменты:

1) свобода потребления;

2) свобода соединения человека со средствами производства в качестве собственника (собственность может быть и мелкая частная, и кооперативная, и акционерная и др.);

3) свобода не быть собственником;

4) свобода приложения труда (свобода образования; свобода выбора работы; собственника, у которого будешь работать);

5) свобода ассоциаций как собственнических, так и трудовых.

Степень экономической свободы измеряется степенью хозяйственной самостоятельности непосредственных производителей, возможностями выбора производственных ресурсов и их источников, способов использования основного капитала, номенклатуры продукции и форм организации производства.

Экономическая свобода усиливается путем развития рыночной системы хозяйства. Рынок предполагает децентрализацию хозяйственной власти. Он основан на системе взаимовыгодного обмена, или, по выражению М.Фридмена, «добровольного сотрудничества». На рынке каждый в конечном счете решает за себя, так как рынок — это власть экономических законов, а не отдельных людей (вождей). Он противопоставляет внеэкономическому принуждению реальный выбор, а монополизму — экономическую конкуренцию.

Экономическая свобода не может быть абсолютной, а предпринимательство — вседозволенностью. Отрицая внешнее и грубое принуждение, свобода предполагает спокойное внутреннее принуждение, — это способность уважать интересы других. Анархия ведет к внешнему и грубому принуждению, к исчезновению свободы. Если свобода хочет остаться свободной, то она должна уметь самоограничиваться.

Развитие рыночных отношений способствует возрождению элементов гражданского общества. Процесс демократизации дает власть не только партиям и трудовым коллективам, но и каждому индивиду в отдельности, участвующему в самоуправлении.

Гражданское общество — это такое общество, где главным действующим лицом, субъектом развития является человек со всей системой его потребностей и интересов.

Исходя из этого, гражданское общество должно отражать взаимосвязь всех сфер общественной жизни человека.

Вместе с тем очевидно, что гражданское общество — это не любое общество. Поэтому важно определить, какие об-

щественные отношения и институты могут быть отнесены к гражданскому обществу. К сфере гражданского общества могут быть отнесены следующие элементы:

1) различного рода ассоциации, действующие на основе реального самоуправления и созданные снизу, а не по указке сверху;

2) правовое государство и его аппарат;

3) политические партии, положившие в основу своей деятельности принцип консенсуса.

Сегодня широкое распространение получили представления, согласно которым государство неизбежно противостоит гражданскому обществу, подавляет его. В результате проблема гражданского общества сводится лишь к борьбе с государством. Однако не всякое государство является антиподом гражданского общества.

Необходима такая организация общества, чтобы интересы его членов не подменялись интересами какой-либо группы людей или аппарата. Аппарат не должен отрываться от тех людей, чьи интересы он призван защищать. Тогда и государство не будет противопоставляться гражданскому обществу.

Можно выделить следующие формы гражданского общества:

1) абсолютное гражданское общество — как высшая цель и ступень общественного развития. Эта форма носит идеальный характер, а потому фактически не может быть реализована. К нему можно лишь приближаться в определенной степени;

2) относительное гражданское общество — как потенциально возможное в рамках существующего уровня развития производительных сил. Эта форма предполагает, что есть условия для удовлетворения определенной системы потребностей и специфических исторических интересов населения;

3) реальное гражданское общество — как конкретно-историческая форма его существования в какой-то стране.

В действительности мы сталкиваемся с реальным гражданским обществом. Степень его зрелости может быть различной и определяется отношением к абсолютному гражданскому обществу. Другими словами, общество гражданственно в той степени, в какой оно отвечает требованиям естественно-исторического процесса и тем самым создает условия для свободного развития производительных сил и прежде всего — человека.

Глава 27. ПЛАНОМЕРНОСТЬ И ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

27.1. Объективные основы и сущность планомерного развития производства

Дальнейшее изучение микроэкономики невозможно без анализа макроэкономического механизма движения производственных отношений, без выявления общественных форм производственных связей между фирмами. С этой целью необходимо изучить прежде всего отношения планомерности.

Переход к планомерному развитию экономики представляет закономерный результат общественного развития. Планомерность индивидуального или объединенного технологией процесса труда — составная часть производства. В этом смысле планомерность свойственна всем формациям и всем стадиям общественного прогресса. Однако ее рамки обусловлены уровнем развития производительных сил общества и господствующими производственными отношениями.

Планомерность в масштабе общества возникает как результат:

1) последовательного разрешения противоречия между общественным характером производства и частной формой присвоения результатов труда;

2) поэтапного создания макроэкономического (общенародного) хозяйствования. Общество постепенно берет под свой контроль массовые производительные силы для организованной планомерной работы многих хозяйственных единиц.

Материальные предпосылки планомерной организации производства создаются в процессе развития крупного машинного производства. В процессе развития разделения и кооперации труда складываются общественное производство, интегрированная экономика в рамках всего общества. Данный процесс находит проявление:

1) в преодолении раздробленности хозяйствующих субъектов, в росте взаимосвязей специализированных отраслей производства;

2) в росте концентрации производства, в сосредоточении его на крупных фирмах;

щественные отношения и институты могут быть отнесены к гражданскому обществу. К сфере гражданского общества могут быть отнесены следующие элементы:

1) различного рода ассоциации, действующие на основе реального самоуправления и созданные снизу, а не по указке сверху;

2) правовое государство и его аппарат;

3) политические партии, положившие в основу своей деятельности принцип консенсуса.

Сегодня широкое распространение получили представления, согласно которым государство неизбежно противостоит гражданскому обществу, подавляет его. В результате проблема гражданского общества сводится лишь к борьбе с государством. Однако не всякое государство является антиподом гражданского общества.

Необходима такая организация общества, чтобы интересы его членов не подменялись интересами какой-либо группы людей или аппарата. Аппарат не должен отрываться от тех людей, чьи интересы он призван защищать. Тогда и государство не будет противопоставляться гражданскому обществу.

Можно выделить следующие формы гражданского общества:

1) абсолютное гражданское общество — как высшая цель и ступень общественного развития. Эта форма носит идеальный характер, а потому фактически не может быть реализована. К нему можно лишь приближаться в определенной степени;

2) относительное гражданское общество — как потенциально возможное в рамках существующего уровня развития производительных сил. Эта форма предполагает, что есть условия для удовлетворения определенной системы потребностей и специфических исторических интересов населения;

3) реальное гражданское общество — как конкретно-историческая форма его существования в какой-то стране.

В действительности мы сталкиваемся с реальным гражданским обществом. Степень его зрелости может быть различной и определяется отношением к абсолютному гражданскому обществу. Другими словами, общество гражданственно в той степени, в какой оно отвечает требованиям естественно-исторического процесса и тем самым создает условия для свободного развития производительных сил и прежде всего — человека.

Глава 27. ПЛАНОМЕРНОСТЬ И ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

27.1. Объективные основы и сущность планомерного развития производства

Дальнейшее изучение микроэкономики невозможно без анализа макроэкономического механизма движения производственных отношений, без выявления общественных форм производственных связей между фирмами. С этой целью необходимо изучить прежде всего отношения планомерности.

Переход к планомерному развитию экономики представляет закономерный результат общественного развития. Планомерность индивидуального или объединенного технологией процесса труда — составная часть производства. В этом смысле планомерность свойственна всем формациям и всем стадиям общественного прогресса. Однако ее рамки обусловлены уровнем развития производительных сил общества и господствующими производственными отношениями.

Планомерность в масштабе общества возникает как результат:

1) последовательного разрешения противоречия между общественным характером производства и частной формой присвоения результатов труда;

2) поэтапного создания макроэкономического (общенародного) хозяйствования. Общество постепенно берет под свой контроль массовые производительные силы для организованной планомерной работы многих хозяйственных единиц

Материальные предпосылки планомерной организации производства создаются в процессе развития крупного машинного производства. В процессе развития разделения и кооперации труда складываются общественное производство, интегрированная экономика в рамках всего общества. Данный процесс находит проявление:

1) в преодолении раздробленности хозяйствующих субъектов, в росте взаимосвязей специализированных отраслей производства;

2) в росте концентрации производства, в сосредоточении его на крупных фирмах;

3) в усилении рыночных форм обмена деятельностью между фирмами, отраслями и регионами.

В результате этих процессов формируется общественный характер производства, прогрессирует уровень его обобществления, который объективно требует единого регулирования производства в масштабах всего общества и общественного контроля над ним. Таким образом, необходимость планомерного развития экономики объективно определяется общественным характером производства, сложившимся в условиях крупного машинного производства. Необходимость планомерности — это еще не ее возможность и тем более не ее действительность. Для реализации в экономике данных процессов (необходимости, возможности и действительности планомерности) нужны соответствующие объективные основы хозяйствования.

Исторически наиболее высокий уровень обобществления производства сложился при капитализме. Поэтому необходимость в планомерном развитии производства наиболее полно и властно проявляется при капитализме. Общественный характер производства требует обеспечения пропорциональности между его различными элементами. Это требование вытекает из общественного разделения труда. В каких же общественных формах достигается пропорциональность при капитализме?

Научный анализ выделяет две общественные формы движения производства при капитализме — стихийную и планомерную.

При капитализме, где целью производства является прибыль и господствует частная собственность, хозяйство развивается стихийно. Причем стихийность — это не результат недомыслия. Стихийность — это объективная, господствующая форма развития капитализма. Стихийно, через кризисы перепроизводства в капиталистической экономике устанавливается пропорциональность. Стихийно через рынок и закон стоимости распределяются экономические ресурсы между фирмами, отраслями и регионами.

При капитализме частная собственность разъединяет фирмы и порождает конкуренцию между ними в погоне за прибылью. Это приводит к стихийности, а иногда и к анархии общественного производства. Вся суть капиталистической экономики состоит как раз в том, что в ней заведомо (a priori), исходно не существует сознательного общественного регулирования производства.

Вместе с тем усиливающийся общественный характер производства вынуждает капитализм видоизменяться и приспосабливаться к новым объективным условиям. В результате появляется новая общественная форма движения капиталистической экономики — планомерная. Исторический анализ позволяет выявить тенденцию нарастания элементов планомерности при капитализме.

Прежде всего следует отметить, что планомерно организовано производство внутри каждой капиталистической фирмы. Данное обстоятельство уже полностью себя проявило применительно к капиталистической мануфактуре. В фирме насаждается авторитет единого руководства, здесь не допускается никакой анархии, никакой стихии. Здесь существует железная дисциплина труда и сознательное регулирование производства. Необходимость, возможность и действительность планомерности на капиталистических фирмах связаны с тем, что здесь существует кооперативная форма труда, которая всегда нуждается в планомерном управлении. Планомерность внутри капиталистических фирм не исключает конкуренции между ними, товарной организации производства, хотя и противоречит им обеим.

Возникновение монополий значительно усилило общественный характер производства. В результате необходимость планомерного регулирования производства значительно возросла. Капиталистические производственные отношения реагируют на это и расширяют элементы планомерной организации производства. Монополии планомерно воздействуют не только на производство своих товаров, но частично и на их обращение и продажу.

В государственно-монополистической экономике элементы планомерности расширяются за рамки отдельных монополий. Государство посредством разработки пятилетних программ регулирует общественное воспроизводство и смягчает кризисы. Так, во Франции, Англии, Италии, Южной Корее, Японии, начиная с 60-х годов XX в., составляются пятилетние программы экономического развития. Основой этих программ являются экономические прогнозы. В США был составлен прогноз развития национальной экономики на 1965—1980 гг. В Японии, начиная с 1956 г., разработано двенадцать общегосударственных программ социально-экономического развития страны, включая план на 1993—1996 гг.

3) в усилении рыночных форм обмена деятельностью между фирмами, отраслями и регионами.

В результате этих процессов формируется общественный характер производства, прогрессирует уровень его обобществления, который объективно требует единого регулирования производства в масштабах всего общества и общественного контроля над ним. Таким образом, необходимость планомерного развития экономики объективно определяется общественным характером производства, сложившимся в условиях крупного машинного производства. Необходимость планомерности — это еще не ее возможность и тем более не ее действительность. Для реализации в экономике данных процессов (необходимости, возможности и действительности планомерности) нужны соответствующие объективные основы хозяйствования.

Исторически наиболее высокий уровень обобществления производства сложился при капитализме. Поэтому необходимость в планомерном развитии производства наиболее полно и властно проявляется при капитализме. Общественный характер производства требует обеспечения пропорциональности между его различными элементами. Это требование вытекает из общественного разделения труда. В каких же общественных формах достигается пропорциональность при капитализме?

Научный анализ выделяет две общественные формы движения производства при капитализме — стихийную и планомерную.

При капитализме, где целью производства является прибыль и господствует частная собственность, хозяйство развивается стихийно. Причем стихийность — это не результат недомыслия. Стихийность — это объективная, господствующая форма развития капитализма. Стихийно, через кризисы перепроизводства в капиталистической экономике устанавливается пропорциональность. Стихийно через рынок и закон стоимости распределяются экономические ресурсы между фирмами, отраслями и регионами.

При капитализме частная собственность разъединяет фирмы и порождает конкуренцию между ними в погоне за прибылью. Это приводит к стихийности, а иногда и к анархии общественного производства. Вся суть капиталистической экономики состоит как раз в том, что в ней заведомо (a priori), исходно не существует сознательного общественного регулирования производства.

Вместе с тем усиливающийся общественный характер производства вынуждает капитализм видоизменяться и приспосабливаться к новым объективным условиям. В результате появляется новая общественная форма движения капиталистической экономики — планомерная. Исторический анализ позволяет выявить тенденцию нарастания элементов планомерности при капитализме.

Прежде всего следует отметить, что планомерно организовано производство внутри каждой капиталистической фирмы. Данное обстоятельство уже полностью себя проявило применительно к капиталистической мануфактуре. В фирме насаждается авторитет единого руководства, здесь не допускается никакой анархии, никакой стихии. Здесь существует железная дисциплина труда и сознательное регулирование производства. Необходимость, возможность и действительность планомерности на капиталистических фирмах связаны с тем, что здесь существует кооперативная форма труда, которая всегда нуждается в планомерном управлении. Планомерность внутри капиталистических фирм не исключает конкуренции между ними, товарной организации производства, хотя и противоречит им обеим.

Возникновение монополий значительно усилило общественный характер производства. В результате необходимость планомерного регулирования производства значительно возросла. Капиталистические производственные отношения реагируют на это и расширяют элементы планомерной организации производства. Монополии планомерно воздействуют не только на производство своих товаров, но частично и на их обращение и продажу.

В государственно-монополистической экономике элементы планомерности расширяются за рамки отдельных монополий. Государство посредством разработки пятилетних программ регулирует общественное воспроизводство и смягчает кризисы. Так, во Франции, Англии, Италии, Южной Корее, Японии, начиная с 60-х годов XX в., составляются пятилетние программы экономического развития. Основой этих программ являются экономические прогнозы. В США был составлен прогноз развития национальной экономики на 1965—1980 гг. В Японии, начиная с 1956 г., разработано двенадцать общегосударственных программ социально-экономического развития страны, включая план на 1993—1996 гг.

В капиталистических странах развитие экономики не всегда идет в соответствии с разработанными планами. Программы здесь носят индикативный, вероятностный, рекомендательный, предположительный характер. Они необязательны для выполнения отдельными фирмами и монополиями. Программы, как правило, не охватывают всю макроэкономику, чаще всего они распространяются на сектор государственной экономики. Даже в таких странах, как Франция, Италия, Япония, где осуществляется широкий финансовый контроль государства и доля государственного сектора хотя и колеблется, но остается существенной, программы, как правило, не выполняются.

Рост элементов планомерности в условиях современного капитализма не означает ни устранения стихийной формы развития, ни утверждения полной планомерности. Это свидетельствует лишь о том, что капитализм вступил в новый общественный порядок, характеризующийся переходом от полной свободы конкуренции к растущему обобществлению, модификацией производственных отношений на основе растущего уровня общественного характера производства.

Но полной планомерности, которая охватила бы все стороны экономики, капитализм создать не может. Элементы планомерности — это лишь неполная планомерность. Господствующей формой движения при капитализме остается стихийность. Элементы планомерности переплетаются с ней, но остаются подчиненными стихийной форме развития. Полная планомерность означает превращение ее в господствующую форму развития общественного производства.

Общественный характер производства — необходимое, но недостаточное условие полной планомерности. Установление коллективных форм собственности является достаточным условием превращения необходимости планомерного развития экономики в возможность.

Надо не только создать возможность планомерного развития экономики, но и превратить ее в реальную действительность. Возможность нельзя смешивать с действительностью. Чтобы возможность планомерного развития смогла превратиться в действительность, необходима творческая деятельность людей. Эта деятельность реально существует и проявляется в планировании развития макро- и микроэкономики, в разработке и осуществлении планов. Таким образом, воплощение планомерности в действительность объективно приводит людей к организации и осуществлению планирования. Тем самым нами дана последовательная характеристика общих теоретических основ необходимости, возможности и действительности планомерного развития экономики.

Важнейшим признаком полной планомерности является макроэкономическое хозяйствование. Прежде всего оно характеризуется единым субъектом хозяйствования — это общество в целом, которое создает для ведения хозяйства единый экономический центр. Последний представляет собой «мозг» общества в управлении производством. Тем самым он напоминает мозг отдельного капиталиста, который управляет фирмой или монополией, но только воспроизведенный в масштабе всего общественного производства.

Возникновение единого экономического центра неслучайно. Оно определяется высоким уровнем обобществления производства и кооперации труда. Данные процессы сообщают экономике свойство единого хозяйственного организма, который нуждается в едином экономическом центре управления. Функции этого центра выполняет государство.

В современном цивилизованном мировом сообществе у государства основной функцией является его экономическая функция. Эта функция постоянно развивается, расширяется и укрепляется. Основным содержанием экономической функции государства является регулирование рыночной экономики, что уже подробно рассматривалось. По мере развития экономической функции государства элементы планомерности в экономике усиливаются и планомерности все более сообщается качество всеобщей формы движения экономики. Правда, полностью таковой формой она никогда не становится хотя бы потому, что из экономики никогда полностью не исключается стихийность.

Стихийность и планомерность — это противоположные формы движения общественного производства. Но как свидетельствует экономическая история, они всегда сочетаются и переплетаются, порождая противоречия. Даже в высоко общественной экономике имеются различные причины существования элементов стихийности. К этим причинам относятся:

1) незнание или неполный учет действия экономических законов;

2) невозможность предвидения и учета всех деталей далекой, а нередко и близкой экономической перспективы;

3) прерывание процесса сознательного контроля над отдельными участками экономики;

4) прямое игнорирование на каком-то отрезке времени требований экономических законов при управлении экономикой.

Во всех названных случаях будут наблюдаться вспышки стихийности. Они будут свидетельствовать о нарастающих противоречиях, о сигналах неблагополучия, об ошибках в использовании экономических законов.

Стихийность, как господствующая форма движения экономики, допускает в своих рамках существование элементов планомерности. В свою очередь, полная планомерность также сочетается с элементами стихийного развития экономики. Такова диалектика взаимосвязи этих двух форм движения общественного производства.

27.2. Пропорциональность и планомерность. Диспропорции в экономике фирмы и пути их устранения

Необходимость поддержания определенных пропорций в распределении экономических ресурсов по отраслям производства существует в любом обществе. Она объективно возникает с появлением и развитием общественного разделения труда. В этих условиях начинает действовать общий экономический закон пропорциональности общественного производства.

Важно отметить, что конкретная форма поддержания пропорциональности всегда специфична применительно к тем или иным стадиям человеческого прогресса. Так, например, при капитализме распределение экономических ресурсов по отраслям может происходить стихийно, через постоянное устранение диспропорций.

В этих условиях диспропорциональность есть та специфическая форма, через которую пробивает себе дорогу в действительность экономический закон пропорциональности. При этом роль регулятора пропорций выполняет основной экономический закон капитализма, а роль механизма установления и поддержания пропорций — закон стоимости и рынок.

В регулируемой государством экономике общий закон пропорциональности реализуется в иной экономической форме. В этих условиях закон действует не стихийным путем. Государство в большей или меньшей степени обеспечивает планомерное поддержание пропорциональности. Планомерность как специфическую форму осуществления пропорциональности характеризуют два признака:

1) постоянство пропорциональности в противоположность постоянной диспропорциональности;

2) планомерное (сознательное) осуществление пропорциональности в противоположность ее стихийному осуществлению.

Планомерность нельзя отождествлять с пропорциональностью. Сознательно поддерживаемая пропорциональность — это ядро планомерности. Но в планомерности, кроме ядра, есть и другие существенные стороны. Планомерность — более широкое понятие, чем пропорциональность. Действительно, планомерно поддерживаются не только пропорции производства, но и темпы его роста, цены, кредитные и налоговые операции. Сознательно определяются направления и цели экономического развития, пути и сроки достижения поставленных целей.

Но дело не только и не столько в том, что различия между планомерностью и пропорциональностью касаются количества охватываемых производственных отношений. Между ними есть и качественные существенные различия. Сущность планомерности богаче сущности пропорциональности. Планомерность означает не только постоянное поддержание количественных пропорций, но прежде всего то, что эти пропорции сознательно регулирует единый экономический центр в лице государства. Сущность общеэкономического закона пропорциональности лишена этого качества.

Государство, регулируя экономику, поддерживает необходимую пропорциональность между структурой и объемом общественных потребностей, с одной стороны, и структурой и размерами производства, с другой стороны. Поэтому структура производства, его пропорции непосредственно связаны со структурой общественных потребностей и определяют их. В результате все пропорции в экономике можно подразделить на шесть групп:

1) общеэкономические пропорции. Они охватывают макроэкономику в целом. К ним относятся пропорции между производством и потреблением; совокупным обществен-

продуктом и национальным доходом; фондом накопления и потребления в национальном доходе; I и II подразделениями общественного производства; промышленностью и сельским хозяйством; группой А и группой Б в промышленности; ростом производительности труда и его оплатой; денежными доходами населения и рыночными товарными фондами; наличными трудовыми ресурсами и потребностью в кадрах;

2) межотраслевые пропорции. Они охватывают взаимосвязанные отрасли производства. Среди них могут быть выделены пропорции между: отраслями добывающей и обрабатывающей промышленностей; черной металлургией и машиностроением, угольной промышленностью и черной металлургией, растениеводством и животноводством;

3) внутриотраслевые пропорции. Они выступают в виде соотношений между различными производственными подразделениями отдельных отраслей. Например, в металлургии — это пропорции между производством кокса, чугуна, стали и проката; в текстильной промышленности — это пропорции между прядильным, ткацким и отделочным производством; в растениеводстве — это пропорции между семеноводством и структурой посевных площадей; в животноводстве — это пропорции между различными группами скота при воспроизводстве стада;

4) внутрипроизводственные пропорции. Они выражают соотношения между технологически связанными между собой цехами и службами внутри фирмы или объединения. Это, например, пропорции между отделениями, цехами, производствами, бригадами, фермами, отрядами, звеньями;

5) территориальные пропорции. Они выражают соотношения между республиками, экономическими районами, краями, областями и регионами прежде всего в размещении производительных сил;

6) международные пропорции. Они возникают на основе международного разделения труда и представляют объективную основу функционирования мирового хозяйства, особенно высокоинтегрированных регионов мировой экономики.

Все виды пропорций макро- и микроэкономики находятся в диалектическом единстве и взаимодействии. Каждая пропорция выражает определенную часть воспроизводства. Ведущее место в экономике занимают пропорции производства. Пропорции распределения, обмена и потребления подчинены интересам производства и вытекают из пропорций производства.

Сложившиеся пропорции не являются неизменными, раз и навсегда данными. Они постоянно развиваются, совершенствуются и изменяются. Однако, несмотря на изменения, все пропорции должны быть оптимальными, т. е. в данных экономических условиях наилучшими с точки зрения удовлетворения общественных потребностей. Изменение пропорций обусловливается следующими причинами:

1) изменением общественных потребностей. Например, расширение жилищного строительства влечет за собой увеличение спроса на мебель и ее производство. Растущий спрос на предметы длительного пользования приводит к необходимости увеличения производства легковых автомобилей, телевизоров, холодильников, видеотехники;

2) непрерывным совершенствованием техники и технологии производства. Под влиянием структурных сдвигов в экономике происходит более быстрый рост отраслей, непосредственно обеспечивающих развитие науки и техники; машиностроения, энергетики, химии. На этой основе в нашей стране сформировалась атомная промышленность, производство электронно-вычислительной техники, промышленность полупроводников, производство лазеров;

3) повышение степени общественной полезности, качества и ассортимента продукции. От степени общественной полезности и качества продукции зависят надежность и сроки эксплуатации машин, уровень эффективности использования сырья и материалов, затраты труда на единицу продукции. Повышение общественной полезности и качества продукции фактически означает рост производства, что влияет на его пропорции. Они определяются в конечном счете взвешиванием и сопоставлением полезных эффектов различных предметов друг с другом и с необходимыми для их производства количествами экономических ресурсов;

4) ростом производительности труда. За счет ее повышения обеспечиваются не прямо пропорциональные приросты совокупного общественного продукта и национального дохода. В связи с этим постепенно изменяются пропорции распределения и перераспределения совокупного общественного продукта и его важнейшей составной части — национального дохода;

5) внешнеэкономическими факторами. Среди них следу-

ет прежде всего сказать о состоянии и соотношении мира и войны, тенденциях укрепления обороноспособности, крахе прежних и становлении новых мировых интеграционных систем. Конкретная историческая обстановка сообщает пропорциональности существенные коррективы.

Планомерно поддерживаемая пропорциональность вовсе не означает, что в экономике не может быть диспропорций. Они всегда существуют при любой форме проявления пропорциональности. Правда, степень диспропорциональности развития экономики и продолжительность ее действия на хозяйственные процессы в зависимости от формы пропорциональности будут существенно разными. Диспропорции в экономике фирмы возникают вследствие следующих объективных и субъективных причин:

1) непредвиденные факторы могут нарушить нормальный ход воспроизводства. Сюда следует отнести стихийные бедствия, социальные конфликты и войны, крупные просчеты и ошибки. В результате может уменьшиться объем производства при неизменных общественных потребностях, что вызовет диспропорциональность в экономике и обмене. К диспропорциям может привести и непредвиденный рост производства, который может произойти, например, в связи с благоприятными погодными условиями в сельском хозяйстве или, скажем, благодаря каким-то изобретениям или крупным научным открытиям. Если при возросшем объеме производства потребности в производимой продукции сопряженных отраслей и фирм останутся неизменными, то возникнут снова диспропорции;

2) непредвиденные факторы могут изменить объем потребностей в тех или иных предметах без какого-либо изменения величины производства. Например, под влиянием научно-технического прогресса может возникнуть потребность в ускоренном развитии отдельных фирм и отраслей, потребность бысрого внедрения крупных научных достижений. Однако существующий технический и технологический уровень производства может не обеспечить эти процессы. Тогда в экономике возникнут диспропорции;

3) непредвиденные факторы при неизменных объемах потребностей и производства могут нарушить распределение продукции и ее обращение на рынке. В этом направлении действует внезапное изменение конъюнктуры внешнего рынка и внешней торговли, различные просчеты и недостатки в планировании, за которыми также стоят экономические диспропорции.

Чтобы преодолеть субъективные причины диспропорций, необходимо постоянно повышать научный уровень организации производства, улучшать подготовку менеджеров и экономический уровень работников. Для устранения объективных причин диспропорций важно осуществлять предупредительные мероприятия (орошение, осушение, мелиорацию, снегозадержание, предупреждение градобития),а также необходимо формировать страховые фонды и резервы. Большое значение имеют государственные резервы материальных ресурсов (сырья, топлива, материалов, продовольствия), производственных мощностей и рыночных товарных фондов (для обеспечения бесперебойности оптовой и розничной торговли), финансовые и денежные резервы, а также страховые фонды фирм и объединений. Образование резервов и страховых фондов представляет объективную основу контроля общества над материальными средствами его собственного производства, надежное условие устойчивой пропорциональности, ритмичности и бесперебойной работы фирм.

27.3. Сущность, принципы и методы планирования

Планомерность претворяется в действительность благодаря деятельности людей, которая проявляется в планировании, в разработке и осуществлении планов и перспективных плановых программ. Процесс планомерного развития макро- и микроэкономики представляет собой взаимосвязь объективных и субъективных моментов в развертывании производственного процесса.

Планирование представляет собой сознательную деятельность людей, связанную с управлением экономикой на основе разработанного плана. Планирование является основным звеном управления экономикой. Оно в большей или меньшей степени охватывает все отрасли и сферы экономики, все фирмы и объединения.

Часто планомерность отождествляют с планированием, что является неправомерным. Планомерность и планирование — это разные явления. Планомерность выступает преж-

де всего как объективная необходимость сознательного регулирования производства. Что же касается планирования, то оно представляет собой саму сознательную деятельность людей по управлению экономикой.

Планирование представляет собой сложный экономический процесс. Оно включает следующие стадии:

1) анализ достигнутого уровня и состояния производственной деятельности фирмы и макроэкономики в целом;

2) предвидение (прогноз) тенденций развития макро- и микроэкономики в будущем;

3) выбор целей развития производительных сил и производственных отношений на планируемый период;

4) разработка системы показателей и заданий плана;

5) выработка системы мер для достижения поставленных в плане целей перспективного развития;

6) анализ хода выполнения и корректировка планов с учетом изменений внутренних и внешних условий хозяйствования фирмы.

Субъектами планирования выступают фирмы и государство. Основными объектами планирования являются объем и структура, условия и средства удовлетворения общественных потребностей, воспроизводство совокупного общественного продукта и национального дохода, темпы и пропорции развития макро- и микроэкономики, совершенствование маркетинговых связей фирмы, организация выполнения и аудит плановых заданий. Организация планирования является функцией фирмы и государства. Плановые органы фирм, районных, городских, областных, краевых администраций, а также республик в составе Российской Федерации и России в целом разрабатывают планы и организуют процесс их выполнения.

Плановые задания находят выражение в системе показателей. Показатели, применяемые в планировании, делятся на несколько групп:

1) по экономической природе различают натуральные и стоимостные показатели. Натуральные показатели выражают физические свойства потребительных стоимостей: вес, длину, площадь, объем применительно к производству отдельных продуктов, протяженности дорог, площади сельскохозяйственных угодий и мелиорируемых земель. Стоимостные показатели измеряют объем валовой продукции, величину реализуемой продукции, уровень себестоимости и издержек обращения, цены и прибыль;

2) в зависимости от того, какие стороны экономического явления показатели выражают, они делятся на качественные и количественные. Качественные показатели характеризуют прежде всего обобщенные результаты хозяйственной деятельности (производительность общественного труда, капиталоемкость, материалоемкость, макроэкономическая рентабельность, дисконтированная стоимость), а также выражают эффективность использования отдельных видов экономических ресурсов (урожайность сельскохозяйственных культур, продуктивность животных, производительность индивидуального труда, микроэкономическая рентабельность). Количественные показатели выражают численную меру экономических явлений (количество произведенных изделий, число работников фирмы, поголовье продуктивных животных, размеры землепользования, парк тракторов и автомобилей);

3) по методам применения показатели делятся на директивные и расчетные. Директивные показатели имеют макроэкономическое значение. Они, как правило, применяются в государственном секторе экономики и являются обязательными для выполнения государственными предприятиями. Среди директивных показателей следует выделить объем реализуемой продукции, величину прибыли, фонд заработной платы, объем капиталовложений. Расчетные показатели не доводятся в централизованном порядке, а рассчитываются самостоятельно фирмами. Среди их огромного числа можно выделить уровень заработной платы отдельных категорий работников фирмы, количество вносимых удобрений под отдельные культуры, объем заготавливаемых кормов, потребность в горюче-смазочных материалах.

4) по степени охвата экономических процессов показатели подразделяются на индивидуальные и синтетические. Индивидуальные показатели выражают отдельные конкретные экономические явления (например, урожайность зерновых культур в отдельных кооперативах). Синтетические показатели носят обобщающий экономический характер (например, величина национального богатства).

Теория и практика планирования выработали его принципы. К ним относятся:

1) научность. Научность планирования достигается путем учета содержания и механизма действия всеобщих, общих и специфических экономических законов, достижений естественных, технических и гуманитарных наук, конкрет-

ных условий и возможностей роста производства. К разработке планов привлекаются многие научно-исследовательские и проектно-конструкторские институты и организации, крупнейшие ученые и специалисты всех отраслей макроэкономики. В результате государственный план или бизнес-план фирмы является действительно научным планом, который отвечает целям и интересам общественного прогресса;

2) обеспечение оптимальных пропорций и повышения эффективности производства. Планирование призвано обеспечивать оптимальную пропорциональность общественного производства, рост на этой основе его эффективности, улучшение качества продукции, снижение издержек производства и увеличение прибыли фирмы;

3) единство государственной политики и экономики. Необходим общегосударственный подход к решению приоритетных плановых вопросов. Научное планирование несовместимо с местническими и ведомственными тенденциями. При разработке планов развития фирм, объединений, отрасле, районов, областей и республик, входящих в состав России, должны соблюдаться прежде всего общероссийские экономические интересы;

4) сочетание стратегических (перспективных) и текущих планов. Реализация данного принципа позволяет обеспечить непрерывность планирования. Текущие планы разрабатываются исходя из текущих общественных потребностей, перспективные — исходя из перспективных потребностей;

5) выделение ведущих звеньев в экономике. Данный принцип позволяет сосредоточить внимание при планировании на наиболее важных, ведущих для данного периода участках экономики. Например, ведущим звеном плана ГОЭЛРО была задача электрификации страны. В планах первых пятилеток ведущим звеном было создание крупной машинной индустрии, индустриализация страны. На современном этапе российских реформ ведущим звеном в развитии экономики является создание рыночного хозяйственного механизма, осуществление процессов приватизации и разгосударствления;

6) контроль за выполнением планов. Самые обоснованные планы могут остаться благими пожеланиями, если не будет организован контроль за их выполнением на индивидуальном и общественном уровнях воспроизводства. Контроль в планировании имеет важное значение в связи с двумя обстоятельствами: а) ни один план не может учесть всех резервов и возможностей роста производства. В процессе выполнения планов контроль вскрывает эти резервы и служит интересам увеличения объемов производства; б) неравномерность выполнения планов отдельными фирмами и отраслями ведет к диспропорциям. Контроль за выполнением планов позволяет своевременно выявить эти диспропорции. В результате осуществляется необходимая корректировка планов;

7) сочетание национальных и наднациональных интересов в планировании. Объективной основой действия данного принципа планирования является международное разделение труда. Перспективное развитие экономики отдельных стран координируется, например, в рамках СНГ, ЕС и других международных интеграционных формирований.

Основные принципы планирования реализуются с помощью определенных методов планирования, т. е. способов, приемов составления и анализа планов. В экономической практике основными методами планирования являются:

1) балансовый метод. Он является важнейшим методом планирования. Посредством этого метода осуществляется увязка потребностей и ресурсов в рамках фирм и в масштабе общества в целом. Система плановых балансов включает в себя:

— материальные балансы. Они увязывают производство и потребление конкретных видов продукции. К ним относятся балансы черных и цветных металлов, электроэнергии, топлива, оборудования, строительных материалов, химикатов, важнейших видов сельскохозяйственного сырья, хлебофуражный баланс. В Российской Федерации составляется около 2 тыс. материальных балансов,

— балансы трудовых ресурсов. Они составляются для обеспечения рабочей силой планируемого роста производства, для распределения рабочей силы по отраслям, сферам деятельности и районам страны. В этих балансах сопоставляются имеющиеся ресурсы рабочей силы с потребностью в ней в плановом периоде,

— стоимостные (финансовые) балансы. Они используются для приведения в соответствие денежных ресурсов и потребностей в них государства, фирм и населения. К стоимостным балансам относятся федеральный бюджет, местные бюджеты, балансы денежных доходов и расходов фирм и населения,

— сводные балансы. Одним из них является баланс народного хозяйства. Он выражает все важнейшие пропорции в экономике. Баланс народного хозяйства включает в себя баланс совокупного общественного продукта, баланс национального дохода и баланс труда. Баланс народного хозяйства конкретизируется в межотраслевом балансе производства и распределения продукции. Межотраслевой баланс может быть отчетным (фактическим) и плановым. Отчетный баланс служит интересам анализа межотраслевых связей Плановый межотраслевой баланс используется для оценки перспективных структурных сдвигов в экономике. Впервые в мире межотраслевой баланс был разработан в нашей стране в середине 20-х годов XX в. Последний раз он в нашей стране был составлен и опубликован в 1972 г. В США идея межотраслевого баланса продуктивно разрабатывается бывшим русским экономистом В.Леонтьевым и в настоящее время;

2) нормативный метод планирования. Уровень балансового и любого другого планирования в большой степени зависит от качества технико-экономических нормативов, которые применяются при разработке планов. С помощью данных нормативов определяется потребность в материальных, трудовых и финансовых ресурсах, рассчитывается объем производства, строительства, товарооборота. Плановые нормативы должны быть прогрессивными. Они устанавливаются с учетом передового производственного опыта и последних достижений науки и техники. Прогрессивные нормативы стимулируют научно-технический прогресс, повышение производительности труда, улучшение качества и конкурентоспособности продукции. Нормативы являются основой планирования. Без них невозможно составить план;

3) методы оптимального (многовариантного) планирования. Они позволяют из многих вариантов плана выбрать наилучший, оптимальный. Данные методы основаны на самом широком использовании экономико-математических методов, электронно-вычислительной и компьютерной техники. Методы оптимального планирования предполагают широкое применение математических моделей экономических процессов, на основе которых определяются оптимальные варианты планов. Наилучший вариант плана максимально экономит затраты общественного труда, обеспечивает оптимальную пропорциональность в экономике.

Методы оптимального планирования широко используются в сельском хозяйстве при определении структуры посевных площадей, специализации хозяйств, состав машинно-тракторного парка. Разработана экономико-математическая модель межотраслевого баланса народного хозяйства. Большое значение имеет создание и развитие автоматизированных и информационных систем управления, которые позволяют решать плановые задачи через систему моделей, обрабатывать массовую информацию и документооборот фирм.

27.4. Бизнес-план как результат стратегического и тактического планирования деятельности фирмы

Любое коммерческое мероприятие принято начинать с разработки бизнес-плана. Этот план нужен всем тем, у кого предприниматель планирует занять деньги на реализацию своего проекта, банкирам и инвесторам, сотрудникам, желающим понять свои перспективы и задачи, а главное — самому предпринимателю, чтобы детально проанализировать свои идеи, проверить их на объективность и практическую реалистичность. Обратимся к анализу сущности бизнес-плана, его разделов и процесса составления.

Фирмы в условиях рыночной экономики осуществляют стратегическое (перспективное, долгосрочное), среднесрочное и текущее планирование. Среднесрочное и текущее планирование позволяет решать фирме тактические коммерческие задачи, поэтому эти виды планирования нередко объединяют в единое понятие — тактического планирования.

Стратегическое планирование правомерно трактовать как систему всего многообразия видов плановой деятельности на фирме. Оно органически включает и является обобщением долгосрочного, среднесрочного, годового, оперативного и функционального планирования. Стратегическое планирование представляет собой единство выработки целей с определением конкретных путей их реализации.

Важная отличительная черта стратегического планирования — его гибкость, обусловленная гибкостью плановых ориентиров. Стратегическое планирование требует определения горизонта времени, на который вырабатывается пер-

спективная плановая политика. Для этого определения применяются различные критерии:

— жизненный цикл продукта, производимого фирмой;

— цикл коренного изменения спроса на выпускаемую фирмой продукцию;

— период времени, необходимый для реализации стратегических целей (срок модернизации и технического перевооружения фирмы, жизненный цикл существования новой продукции фирмы);

— период времени, обеспечивающий нужный баланс потребления и воспроизводства природных ресурсов, который ликвидирует нежелательные отдаленные последствия использования отдельных видов природных ресурсов (экологические аспекты).

В перспективных планах выражается общая социально-экономическая стратегия развития фирм. В России стратегические планы разрабатываются сроком на 15—20 лет. Страны Западной Европы ограничивают горизонт времени перспективного планирования, как правило, пятью годами.

Стратегический план состоит из нескольких среднесрочных планов фирмы. Как показывает практика, оптимальность горизонта времени среднесрочного плана зависит от:

1) лага времени, необходимого для строительства и пуска предприятий;

2) срока времени, необходимого для эффективного внедрения НИОКР и точного определения направлений научно-технического и социально-культурного процесса;

3) эффективной мотивации работников конкретными плановыми программами на ближайшие годы.

Среднесрочные планы фирмы имеют разбивку по годам и частям года, что связывает их с текущими планами: годовыми, квартальными, месячными. Текущие планы составляются для оперативного управления экономикой фирмы. Например, в компании «Тоета Мотор Корпорейшн» составляется годовой план производства, в котором указывается, сколько в текущем году надо выпустить и продать автомобилей. Имеются также и составляемые в два этапа месячные производственные планы. На первом этапе, за два месяца до планируемого, определяются модели, модификации и объемы их выпуска («Корона», «Краун», «Селика» и другие). А затем на втором этапе, за месяц до планируемого, составляется более подробный план. Эта справочная и директивная информация в те же сроки доводится до компаний-поставщиков. На основании месячного производственного плана составляются суточные производственные графики. Для системы управления производством компании «Тоета» эти графики имеют особое значение, так как именно в них воплощается концепция выровненного производства. При этом выравнивание производства осуществляется путем достижения двух плановых показателей: усредненного общего объема производства продукции в день и усредненного объема выпуска каждой модификации продукции.

Благодаря взаимосвязи стратегических, среднесрочных и текущих планов достигается непрерывность и преемственность планирования деятельности фирмы. Функциональной формой непрерывности планирования является бизнес-план фирмы.

Бизнес-план — это документ, который описывает все основные аспекты будущего коммерческого дела, анализирует все проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяет способы решения этих проблем. Он является общепринятым средством менеджмента, поскольку правильно составленный бизнес-план в конечном счете отвечает на вопрос — а стоит ли вообще вкладывать деньги в это дело и принесет ли оно какую-то прибыль?

Бизнес-план используется как основной документ для обоснования инвестиций и привлечения инвесторов, для получения различных видов финансирования, найма квалифицированного управленческого, технического и рабочего персонала. Хорошо разработанный бизненс-план представляет объективную основу эффективного сотрудничества деловых людей — инвесторов, юристов, акционеров. Бизнес-план способствует предотвращению ошибок, ускорению становления фирмы, увеличению ее доходов.

Очень важным моментом является личное участие предпринимателя в разработке бизнес-плана. Зарубежные банки и инвестиционные фирмы отказываются вообще рассматривать заявки на выделение средств, если становится известным, что бизнес-план с начала и до конца был подготовлен консультантами со стороны, а предприниматель только подписал его. Предприниматель, разрабатывая самостоятельно бизнес-план, проверяет свой замысел, а также то, хватит ли у него сил, чтобы довести дело до успеха. Конечно, при этом он может пользоваться услугами консультантов. Привлече-

ние экспертов к составлению бизнес-плана приветствуется будущими инвесторами.

Бизнес-план составляется на 3—5 лет. Основные показатели для первого года деятельности фирмы разрабатываются с помесячной разбивкой, для второго года — с поквартальной разбивкой и, только начиная с третьего года, разработчики ограничиваются годовыми показателями. Предприниматель, пренебрегший составлением бизнес-плана, сталкивается, как правило, с неприятностями и начинает обычно импровизировать. А это чаще всего заканчивается банкротством.

Бизнес-план, как правило, включает следующие разделы:

1) резюме. Оно готовится, конечно, в конце бизнес-плана, когда завершены все его разделы, но помещается в начале. В нем рассматривается цель проекта, новизна, чем предлагаемая к производству продукция будет отличаться от продукции конкурентов и почему покупатели захотят приобрести именно ее. В резюме указываются сведения о предполагаемых объемах продаж, выручке, затратах на производство, валовой прибыли, рентабельности производства, сроке возврата кредита, т. е. сведения об основных финансовых результатах, которые ожидаются в случае осуществления предполагаемого проекта. Образно говоря, предприниматель содержанием резюме все время пытается ответить на следующие вопросы его будущих читателей: что мы получим при успешной реализации этого бизнес-плана? каков риск потери денег?

2) товар (услуга). Основная часть бизнес-плана начинается с раздела, в котором содержится описание товаров или услуг, которые фирма хочет предложить будущим покупателям и ради производства которых планируется весь проект. Никто в мире не дает денег просто на строительство завода кварцевых часов или открытие мастерской по ремонту телевизоров. Предлагаемый новый проект, товар (услуга) должен выгодно отличаться либо высоким уровнем качества, либо новым набором потребительских свойств, должен быть защищен патентами, авторскими свидетельствами. Необходимо дать наглядное изображение нового товара, преимущества его дизайна и особенности упаковки, а также описание организации его серьиса (если это техническое изделие). В этом разделе бизнес-плана дается прогноз цены товара, издержек его производства и величины прибыли, которую принесет его реализация;

3) рынок сбыта. Это важнейшая часть бизнес-плана. Опыт показывает, что неудача большинства провалившихся со временем коммерческих проектов была связана именно со слабым изучением рынка и переоценкой его емкости. О рынке необходимо знать следующие сведения: кто будет покупать новые товары, существует ли для них сегмент на рынке. Необходимо разработать прогноз объемов продаж, отразить полноту представления о рыночной конъюнктуре;

4) конкуренция. Этот раздел бизнес-плана должен содержать исчерпывающие сведения о конкурентах вновь организуемой фирмы. Необходимо привести следующие сведения: кто является крупнейшим производителем аналогичных товаров, сколько внимания и средств конкуренты уделяют рекламе своих изделий, что собой представляет его продукция, каков уровень цен на продукцию конкурентов. Если рынок полностью заполнен конкурентами, то лучше новое дело не открывать, а поискать другое поле деятельности;

5) стратегия маркетинга. В этом разделе бизнес-плана продумываются и объясняются основные элементы плана маркетинга: схема распространения товаров, ценообразование, реклама, методы стимулирования продаж, организация послепродажного обслуживания клиентов (для технических товаров), формирование общественного мнения о фирме и ее товарах. Здесь также необходимо аргументированно изложить следующиее: как будет продаваться товар — через собственные фирменные магазины или через оптовые торговые организации; как будут определяться цены на товары и какой уровень прибыльности на вложенные средства собирается реализовать фирма; как будет организована реклама и сколько фирма собирается потратить на это средств; как фирма будет добиваться постоянного роста объемов продаж — за счет расширения района сбыта или за счет поиска новых форм привлечения покупателей; как будет организована служба сервиса и сколько на это будет потрачено средств; как фирма будет добиваться хорошей репутации своих товаров в глазах общественности. Если фирма предполагает продавать товар за рубежом, то в бизнес-плане она должна привести сведения об оценке патентоведами патентной чистоты этих товаров в тех странах, где она собирается их продавать;

6) план производства. Данный раздел бизнес-плана разрабатывается только теми предпринимателями, которые

планируют заниматься производством. Главной задачей раздела является умение доказать партнерам и прежде всего инвесторам, что фирма в состоянии будет производить нужное количество товаров в нужные сроки и с требуемым качеством. Другими словами, от фирмы требуется доказать свое ноу-хау, т. е. то, что она действительно «знает, как» организовать производство. В разделе бизнес-плана указывается, на каких производственных мощностях будт развертываться изготовление товаров — на действующих или вновь создаваемых. Определяются поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий, условия поставки (по цене, качеству, количеству). При расчете производственной мощности определяется вид и тип оборудования и его поставщики. Одновременно решается проблема контроля качества выпускаемой продукции. Завершается раздел оценкой планируемых издержек производства и их изменениями в перспективном периоде;

7) организационный план. В этом разделе бизнес-плана речь идет о том, как фирма планирует организовать свое дело, наладить работу своего персонала. Целевой функцией организации является принятие решений и их реализация. Организация управления включает формирование организационной структуры и ее обеспечение. Определяется, кто и чем будет заниматься, как все службы будут друг с другом взаимодействовать и как их деятельность будет координироваться и контролироваться. Определяется содержание работ создаваемых подразделений, профессиональные и квалификационные требования к специалистам и работникам. Здесь оговариваются вопросы оплаты труда специалистов и заработной платы руководящего персонала, а также источники стимулирования их труда, например, через систему участия в прибылях;

8) юридический план. В данном разделе бизнес-плана с помощью юрисконсульта определяется организационная форма фирмы, например, единоличное (частное), государственное или акционерное предприятие. Обосновываются причины выбора той или иной формы собственности и организации дела, намечаются тенденции их изменения. Разрабатываются основные документы, регулирующие будущую деятельность фирмы;

9) оценка риска и страхование. В бизнес-плане необходимо раскрыть все типы рисков, с которыми может столкнуться фирма, источники этих рисков и момент их возникновения (пожары, землетрясения, межнациональные конфликты, изменения в налоговом регулировании и колебании валютных курсов). Следует разработать меры по сокращению этих рисков и минимизации потерь, которые они могут вызвать. Для предотвращения или уменьшения потерь от рисков необходимо разработать организационные меры профилактики рисков и программу страхования от рисков;

10) финансовый план. Данный раздел бизнес-плана обобщает содержание предыдущих разделов и представляет их в стоимостном выражении. Финансовый план включает:

— прогноз объемов реализации. Он призван дать представление о той доле рынка, которую фирма планирует завоевать своей продукцией. Для этого фирма составляет прогноз, как правило, на три года вперед,

— баланс денежных расходов и поступлений. Он позволяет оценить, сколько средств нужно вложить в проект. Его главная задача состоит в проверке синхронности поступления и расходования денежных средств. Тем самым данный баланс проверяет будущую ликвидность фирмы при реализации проекта, т. е. постоянное наличие на банковском счете денежных сумм, достаточных для расплаты по обязательствам,

— свободный баланс активов и пассивов фирмы. Его составляют на начало и конец первого года реализации проекта. Он позволяет оценить, какие суммы намечается вложить в различные активы и в счет каких пассивов фирма планирует организовать создание или приобретение этих активов. Данная информация имеет очень важное значение для коммерческих банков,

— график достижения безубыточного проекта. Он представляет взаимосвязь между ценами, издержками производства, выпуском продукции и прибылью, позволяет рассчитать объем производства, при котором фирма начнет получать прибыль;

11) стратегия финансирования. В этом разделе бизнес-плана раскрываются источники получения средств для реализации данного проекта (кредит, паевой капитал), а также указываются сроки полного возврата вложенных средств и получения инвесторами дохода на них. Оценка сроков возврата заемных средств требует проведения и включения в бизнес-план специальных расчетов, дающих возможность определить срок окупаемости вложений.

Фирма сможет выйти на устойчивый режим производственной деятельности, если реализует свой бизнес-план. На этой основе она вносит в свою работу новые элементы планирования и организации производства.

27.5. Прогнозирование деятельности фирмы

Прогнозирование представляет неотъемлемый элемент планирования: чем выше качество прогнозов, тем лучше результаты планирования.

Экономический прогноз — это система аргументированных научных представлений и высказываний о направлениях развития и будущем состоянии экономики и ее отдельных элементов (например, фирм корпораций).

Важно видеть отличие прогнозирования от планирования. Прогноз — это предвидение, предсказание, а не программа целенаправленных действий, какой является план. Вместе с тем прогнозирование недопустимо низводить до шарлатанства. И прогнозирование основано на анализе научных данных. Поэтому оно играет важную роль в процессе планирования. Для составления долгосрочных планов нужны прогнозы развития техники и технологий, динамики численности населения, тенденций объемов разведанных природных ресурсов.

Прогноз отвечает на вопрос: что скорее всего произойдет с объектом, если будут действовать определенные условия и факторы. Планирование отвечает на иной вопрос: что и в какой последовательности необходимо делать, чтобы добиться поставленной цели. План — это отражение и воплощение уже принятого решения. Прогноз — это поиск реалистического, экономически верного решения. Поэтому прогноз можно оценить как исходную, первичную стадию плановой работы. Он не ставит конкретных заданий и не ограничен строго рамками времени. Прогноз обнаруживает возможность различных вариантов развития, анализирует и обосновывает их. В прогнозе можно увидеть различные принципы экономической политики, сочетание объективных и субъективных, экономических и внеэкономических факторов. Экономические прогнозы могут быть краткосрочными (до 3 лет), среднесрочными (5—7 лет), долгосрочными (свыше 10 лет).

Выделяют прежде всего макро- и микропрогнозы. Должны ли фирму интересовать макропрогнозы? Хорошо понятно, что микропрогнозирование адекватно оценке перпективных тенденций деятельности фирмы. Вместе с тем, стратегические решения, выбор той или иной стратегии фирмы во многом зависят от прогнозируемой динамики макроэкономических показателей.

Экономическое прогнозирование на макро- и микроуровне включает следующие основные направления:

— трудовые ресурсы, их использование и воспроизводство;

— воспроизводство общественного богатства, необходимые для этого объем и состав капитальных вложений;

— уровень жизни населения, объем и структура потребления населения, формирование непроизводственных потребностей;

— макроэкономическая динамика и структурные сдвиги в производстве, темпы роста производительности труда и эффективности развития;

— развитие сфер и отраслей экономики, межотраслевые связи;

— территориальное размещение производства, освоение природных ресурсов и развитие экономических районов страны;

— развитие мирового хозяйства и внешнеэкономических связей страны.

Различают два основных методических подхода в прогнозировании:

1) генетический (дескриптивный) подход. Сущность его состоит в том, что оценка развития осуществляется на основе установленных причинно-следственных связей и явлений;

2) нормативный, целевой подход. Он исходит из определения результата, который должен быть достигнут в будущем. Если в первом подходе связь и последовательность явлений рассматриваются в направлении от настоящего к будущему, то во втором — от будущего к настоящему.

В современных условиях прогнозирование осуществляется в различных областях науки и техники. Можно выделить следующие виды прогнозов:

1) экономические прогнозы;

2) прогнозы научно-технического прогресса;

3) демографические прогнозы;

4) политические прогнозы;
5) социальные прогнозы;
6) прогнозы использования природных ресурсов;
7) прогнозы спроса и экономической конъюнктуры;
8) инновационные и технологические прогнозы;
9) прогнозы развития инфляционных процессов.

Разработка прогнозов предполагает использование различных методов. Они позволяют фирме с определенной достоверностью прогнозировать динамику цен и издержек, осуществлять построение долговременных прогностических кривых, позволяющих получать достаточно точные перспективные оценки коммерческих показателей. Прогнозирование в области экономики основывается на следующих методах:

1) метод экспертных оценок (индивидуальных и коллективных). В данном случае в прогноз закладывается мнение специалиста или коллектива специалистов;

2) методы логического моделирования. Они включают прежде всего метод исторических аналогий, сценарийный метод. Используя эти методы, специалисты берут в качестве образца страну, район, отрасль, фирму, уже миновавших тот этап развития, который предстоит прогнозировать;

3) сценарийный метод, метод повторяющегося опроса (метод Дельфи), метод системного подхода;

4) методы математического моделирования. Они включают метод экстраполяции, построение экономико-математических моделей;

(Все приведенные выше методы прогнозирования являются составными частями генетического подхода в прогнозировании. Этот подход раскрывает возможные направления будущего развития, опираясь на выявленные генетические основы будущего в прошлом и настоящем. Любое общественное явление имеет остатки прошлого, основы настоящего и зачатки будущего. Из этих генетических зачатков и необходимо спрогнозировать будущее явление.)

5) нормативно-целевой метод. Он основывается на ином методологическом подходе — нормативном. В этом случае прогноз задается в виде технико-экономических норм и целей развития.

Разработка экономических прогнозов является сложным и дорогостоящим мероприятием. Для этого необходима обширная информация. Поэтому фирмы стараются перело-

жить на государство работу по сбору, обработке информации и составлению различных видов прогнозов. Тем более, что ни одна государственная программа не может быть разработана без составления разнообразных прогнозов. При этом учитываются меры правительства по регулированию экономики. В итоге прогнозы оценивают не только тенденции развития производства, но и возможные последствия осуществления государственных экономических программ.

Глава 28. ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ И ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

28.1. Сущность, структура и функции хозяйственного механизма. Хозяйственные реформы

Познание хозяйственного механизма представляет собой очень важную ступень в изучении экономической теории. На этой ступени в центре внимания оказываются те конкретные хозяйственные формы, в которых проявляются на практике экономические законы.

Хозяйственные формы располагаются в поверхностном слое экономических отношений, поэтому они очень подвижны и изменчивы Именно на эти формы непосредственно направлено воздействие экономической политики государства, чтобы хозяйственный механизм стал совершеннее и эффективнее. Совершенствование хозяйственного механизма — это важнейшая составная часть прогрессивного движения макро- и микроэкономики. Изучение хозяйственного механизма непосредственно связывает выводы экономической теории с практикой хозяйствования, а также с другими экономическими науками и дисциплинами.

Хозяйственный механизм — это сложная по своему содержанию экономическая категория. Она широко использу-

ется в научных работах, стабильно вошла в юридические документы. В настоящее время вопросы совершенствования хозяйственного механизма занимают одно из центральных мест в экономической политике федерального правительства России.

Сущность хозяйственного механизма может быть понята, исходя из анализа системы производственных отношений. Для этого в ее составе необходимо выделить две подсистемы — подсистему общественно-производственных отношений и подсистему технико-производственных отношений. Данное разграничение важно потому, что хозяйственный механизм является формой выражения прежде всего технико-производственных отношений. Дадим им характеристику.

Общественно-производственные отношения образуют глубинную сущность любого способа производства. Это отношения собственности, планомерности, характера труда. Они определяют цель производства, его социальный тип, структуру общества. Общественно-производственные отношения определяют наиболее глубокую объективную основу хозяйственного механизма.

Технико-экономические отношения развиваются непосредственно под воздействием производительных сил и выступают в виде конкретных хозяйственных форм. Эти отношения характеризуют способ организации и управления экономической жизни, способ регулирования процесса воспроизводства, формы реализации собственности, согласования экономических интересов государства, трудовых коллективов и отдельных работников. Все это также базисные, экономические отношения, но расположенные во внешнем (поверхностном) слое производственных отношений.

Технико-экономические отношения как раз и образуют главное содержание хозяйственного механизма. Эти отношения наиболее подвижны, динамичны, что вполне естественно. Чем более глубокую сущность выражают те или иные отношения, тем большей устойчивостью они обладают. Таковы общественно-производственные отношения. Они определяют природу, основу экономического строя и хозяйственного механизма. А вот его совершенствование происходит прежде всего в связи с движением технико-экономических отношений. Отсюда становится понятным место хозяйственного механизма в системе производственных отношений.

Внутренние, устойчивые, существенные связи в системе производственных отношений выражаются в экономических законах. Эти законы характеризуют объективный фундамент хозяйственного механизма. Хозяйственный механизм обеспечивает сознательное использование экономических законов. В этой связи важно различать механизм действия и механизм использования экономических законов.

Действие экономических законов является первичным, а их использование — вторичным, производным. Механизм действия экономических законов целиком носит объективный характер. А механизм их использования представляет собой сочетание объективного и субъективного.

Присутствие элементов субъективности в механизме использования экономических законов объясняется двумя обстоятельствами:

1) достижение «абсолютной точности» познания законов — задача сама по себе невыполнимая. Экономические законы действуют лишь как господствующая тенденция. Поэтому использование экономических законов было бы неправильно сводить к некоему абсолютному отражению объективных требований законов в хозяйственной практике. Здесь всегда возможны и нужны субъективные корректировки;

2) познание экономических законов означает определение не только их содержания, объективной направленности и форм производственных отношений (это элементы механизма действия законов), но и условий использования этих законов в данной обстановке, при данных ресурсах, возможностях и потребностях. «Привязка» механизма использования законов к конкретным условиям зависит от большого количества объективных и субъективных факоров (уровень культуры, образования, квалификации, перспективы развития науки, открытий и возможностей их реализации; воздействие международных, метеорологических и демографических факторов — можно предусмотреть лишь приблизительно).

Суть использования экономических законов состоит в том, чтобы, исходя из их объективной направленности и форм действия, организовать хозяйственный механизм так, чтобы в данных конкретных условиях получался максимально возможный полезный результат.

Производственные отношения, а также выражающие их сущность экономические законы проявляются в любом об-

ществе в форме экономических интересов. Хозяйственный механизм может дать необходимый эффект лишь в том случае, если он опирается на учет экономических интересов и обеспечивает их умелое согласование.

Важно отметить, что хозяйственный механизм включает в свой состав и определенную часть надстройки, т. е. он не ограничен только базисными экономическими отношениями. В его состав в качестве необходимого звена входят политико-правовые формы регулирования экономических процессов. В хозяйственном механизме стыкуются пограничные отношения и соответствующие им категории. Через них осуществляется реальное взаимодействие между различными элементами формации. В силу этого хозяйственный механизм выступает одновременно и как совокупность объективных отношений, и как сфера сознательного регулирования экономических процессов. Например, совершенствование форм хозяйствования в условиях многообразия форм собственности и развивающихся рыночных отношений — это двойственный процесс.

Таким образом, хозяйственный механизм деятельности фирм представляет собой основанный на действии и использовании экономических законов способ ведения хозяйства со свойсвенными технико-экономическими отношениями и рыночными формами организации производства

Отсюда следует, что хозяйственный механизм характеризуется определенными чертами:

1) ориентация на удовлетворение общественных потребностей;

2) достижение высокого уровня внутрифирменного планирования;

3) сочетание государственного регулирования с коммерческой деятельностью фирм;

4) согласование личных и коллективных интересов с интересами общества;

5) единство материальных и моральных стимулов трудовой деятельности.

Хозяйственный механизм — это сложная система, имеющая внутреннюю структуру. Она включает разнообразные элементы, образующие относительно самостоятельные блоки. В составе хозяйственного механизма можно выделить следующие структурные элементы:

1) центральным блоком хозяйственного механизма является планирование и прогнозирование. Планирование придает развитию макро- и микроэкономики организованность и упорядоченность. С его помощью достигается согласованность в развитии фирм, обеспечивается пропорциональность экономики, возможность концентрации в рамках селективной экономической политики сил и средств на ключевых направлениях;

2) экономическое стимулирование. Оно представляет собой совокупность экономических рычагов и стимулов, с помощью которых осуществляется воздействие на участников производства. Оно непрерывно связано с применением коммерческих начал в экономике и включает в себя заинтересованность и ответственность фирм за качество, эффективность и конечные результаты деятельности. Направления экономического стимулирования личных интересов и интересов трудовых коллективов будут рассмотрены в следующих параграфах данной главы;

3) менеджмент фирм. Здесь прежде всего важно выделить такие формы управления деятельностью фирм, как специализация, кооперирование и комбинирование хозяйственных звеньев;

4) политико-правовое регулирование деятельности фирм. Сюда прежде всего относятся экономическая политика государства, а также юридическое обеспечение процесса производства (например, Закон Российской Федерации «О предприятиях и предпринимательской деятельности»). Есть специальные юридические дисциплины, изучающие эти общественные процессы. Мы коснемся их постольку, поскольку они связаны с базисными отношениями, т. е. с предметом экономической теории.

Как видим, хозяйственный механизм очень сложен и многопланов. Поэтому он является предметом исследования целой системы наук и прежде всего экономических. Отдельные его стороны изучаются юридическими, социологическими и другими науками.

Задачами экономической теории в анализе содержания хозяйственного механизм являются:

1) изучение производственных отношений, образующих содержание хозяйственного механизма (технико-экономических и общественно-производственных);

2) исследование форм и методов использования системы объективных экономических законов;

3) разработка общей концепции хозяйственного механизма и главных направлений его совершенствования.

Хозяйственный механизм — сложное структурное образование. Но неверно было бы представлять его как механическую сумму элементов. Он образует целостную систему, живой общественный организм. Поэтому несогласованность между элементами хозяйственного механизма снижает его эффективность. Можно выделить следующие направления несогласованности в хозяйственном механизме:

1) между индикативными показателями прогноза и экономическими регуляторами;

2) между экономическими регуляторами и правовыми нормами, регулирующими хозяйственную деятельность;

3) отставание форм хозяйствования в условиях рынка от уровня и тенденций развития производительных сил.

Необходимо комплексное, согласованное развитие и совершенствование всех элементов хозяйственного механизма. От этого зависит уровень эффективности его функционирования. Лишь согласованное взаимодействие всех элементов делает их звеньями единого хозяйственного механизма. Именно здесь и проявляется внутренний смысл понятия механизм, который должен работать как часовой механизм — точно и четко.

Важным этапом в изучении хозяйственного механизма является познание его функций. Среди них выделяют:

1) динамичное соответствие между непрерывно растущим уровнем развития производительных сил и формами хозяйствования. Хозяйственный механизм — спооб разрешения противоречий, возникающих в данной области. Поддержание данного соответствия служит основой развития производства. При этом, например, рыночные формы хозяйствования стимулируют ускорение научно-технического прогресса и развития экономики;

2) экономическая реализация различных форм собственности, превращение их потенциальных возможностей в действительность. Чем совершеннее хозяйственный механизм, тем полнее реализуются преимущества различных форм собственности. Утверждение многообразия форм собственности снимает социальные преграды, тормозящие рост производства. Однако автоматически, без эффективно функционирующего хозяйственного механизма эти возможности не получают необходимой реализации;

3) сознательное использование объективных экономических законов. В рамках хозяйственного механизма достигается согласованность экономических интересов, единство действий, подчинение производительных сил цивилизованному контролю общества. Без этого немыслимо сознательное использование экономических законов;

4) претворение в жизнь экономической политики государства. Хозяйственный механизм выступает главным инструментом претворения в жизнь выработанной экономической политики. Опираясь на научное знание законов, тщательный учет интересов, внутренних и международных условий развития страны, государство вырабатывает свою экономическую политику, ее стратегию и тактику. Для практического осуществления политического курса используется целый комплекс экономических и организационных мер. Главным звеном в этой системе мер является формирование и отладка эффективно функционирующего хозяйственного механизма.

Все функции хозяйственного механизма находятся в единстве и взаимодополняют друг друга. Действительно, чем полнее достигается соответствие форм хозяйствования уровню развития производительных сил, тем успешнее реализуются преимущества различных форм собственности, тем полнее используются экономические законы. А все это обеспечивает эффективное достижение целей экономической политики. И наоборот, успешное претворение в жизнь экономической политики (при условии ее научной обоснованности и реализма) способствует более полной реализации форм собственности, росту производительных сил, совершенствованию производственной деятельности фирм и объединений.

Необходимость совершенствования хозяйственного механизма обусловлена постоянно происходящими объективными изменениями в экономике, а также тем, что его элементы подвержены влиянию многочисленных факторов и отличаются исключительной подвижностью. К числу факторов развития хозяйственного механизма следует отнести:

1) рост научно-технического и технологического уровней производственной деятельности фирм;

2) многообразие форм хозяйствования в условиях развивающегося рынка;

3) изменения в надстройке общества и вытекающая отсюда специализация социально-экономических задач, решаемых макро- и микроэкономикой;

4) внешнеэкономические и внешнеполитические условия (включение в международное разделение труда, уровень развития интеграционных процессов, состояние международной обстановки);

5) существенную модификацию хозяйственного механизма вызывают такие явления, как иностранная интервенция, гражданская война (военная экономика), кризисные процессы.

Совершенствование хозяйственного механизма, связанное с этими и другими факторами, может носить различный характер. С одной стороны, это могут быть незначительные (количественные) изменения в хозяйственном механизме, а с другой стороны — его глубокие (качественные) изменения. Поэтому в совершенствовании хозяйственного механизма следует различать:

1) либо частичное улучшение определенных его звеньев, незначительные по своей глубине преобразования;

2) либо перестройку, комплексное и достаточно глубокое изменение его структуры. В данном случае принято говорить о реформе хозяйственного механизма, или о хозяйственной реформе.

Совершенствование хозяйственного механизма — это непрерывный процесс поиска и отладки эффективных форм и методов хозяйствования. Оно осуществляется постоянно на основе накопленного опыта, уточнения ранее принятых решений, учета специфики отдельных сфер и отраслей макроэкономики.

Опыт совершенствования хозяйственного механизма в современной России позволяет сделать ряд выводов:

1) осуществляются крупные структурные сдвиги в развитии производительных сил;

2) проводится не частичное совершенствование отдельных звеньев хозяйственного механизма, а комплексное улучшение всех его элементов в процессе движения к рыночной экономике;

3) формирование нового рыночного механизма хозяйствования не может быть осуществлено в виде единовременного акта. Решение этой задачи охватывает несколько этапов. В экономике России осуществляется крупномасштабная хозяйственная реформа.

Решительный поворот к формированию рыночного механизма хозяйствования в России начался после апреля 1985 г. и, особенно, с начала 1992 г. Возникает вопрос: неужели все

в том, что предпринималось по совершенствованию хозяйственного механизма, было неправильно? В связи с поиском ответа на этот вопрос необходимо различать:

1) теоретическую концепцию хозяйственного механизма;

2) нормативный хозяйственный механизм;

3) реально функционирующий хозяйственный механизм.

Теоретическая концепция хозяйственного механизма опирается на познание системы объективных экономических законов, форм и методов их наиболее эффективного использования. Она включает совокупность научно обоснованных принципов хозяйствования, является составной частью экономической стратегии государства.

Нормативный хозяйственный механизм — результат перевода теоретической концепции в сферу конкретных решений. Он получает выражение в соответствующих постановлениях, государственно-правовых актах, в методических указаниях.

Функционирующий хозяйственный механизм — это совокупность реальных отношений и связей, в рамках которых протекает деятельность хозяйственных органов, объединений, фирм и предпринимателей.

Ясно, что между теоретической концепцией, нормативной моделью и реальным хозяйственным механизмом могут возникать существенные различия. На экономику непосредственное воздействие, конечно, оказывает реально функционирующий механизм. Поэтому негативные явления, низкие темпы развития, их падение — это проявления реально функционирующего механизма. В конце 80-х годов хозяйственный механизм оказался неадекватным изменившимся условиям развития народного хозяйства. Потребовалось проведение хозяйственной реформы с целью формирования рынка.

28.2. Экономическое стимулирование хозяйственной деятельности и коммерческий расчет фирм

Объективная необходимость коммерческого расчета вызвана единством и экономической обособленностью фирм в рыночной экономике. Это обстоятельство вызывает к жизни такой механизм хозяйствования, который:

во-первых, соизмеряет, что дает работник фирме и что он может от нее получить. Тем самым фирма материально стимулирует повышение результативности труда каждого работника;

во-вторых, соизмеряет, что дает фирма обществу и что она может получить от него. Тем самым хозяйственный механизм стимулирует рост эффективности производства на каждой фирме.

Экономическая сущность коммерческого расчета определяется функционированием многообразных форм собственности и прежде всего наличием частной собственности. Относительная экономическая самостоятельность фирмы возникает, когда она владеет, пользуется и распоряжается средствами производства. В условиях развитых рыночных отношений движение капитальных активов фирмы может быть только возмездным. Каждая фирма должна возмещать затраченные средства за счет денежной выручки от продажи своей продукции. Посредством эквивалентного возмещения издержек производства и цены продукции фирмам обеспечивается личная и коллективная материальная заинтересованность в результатах производственной и коммерческой деятельности. Поэтому к числу основных функций коммерческого расчета относятся:

1) соизмерение в денежной форме доходов и расходов фирмы, самоокупаемость и рентабельность ее производственной деятельности;

2) стимулирование производства необходимых потребителям изделий фирмы;

3) стимулирование работников фирмы к наиболее эффективному труду, к участию их в управлении производственными процессами фирмы.

Коммерческие связи так же, как и другие экономические отношения проявляются в форме экономических интересов, поскольку представляют движущие мотивы развития производства и реализации продукции. Коммерческие интересы — это интересы предпринимателей. Они должны гармонично сочетаться с другими группами экономических интересов. То, что выгодно обществу, должно быть выгодно фирме и каждому ее отдельному работнику. Коммерческие отношения проявляются:

1) в отношениях между государством и фирмами (государственные программы, индикативное планирование, регулирование цен и налогов, распределение прибыли государственных предприятий);

2) в отношениях между фирмами (поставки сырья, закупки готовой продукции, связи между снабженческими, торговыми и кредитными фирмами и организациями);

3) в отношениях между фирмой и ее подразделениями (отделения, производства, бригады, цехи, звенья, мастерские);

4) в отношениях между фирмой и ее работниками (объем работ, нормирование труда, заработная плата, материальное и моральное стимулирование).

Коммерческий расчет представляет собой в главном единую категорию на протяжении всей его истории организации и осуществления. Вместе с тем он отличается изменчивостью. Поэтому важно выделить следующие факторы развития коммерческого расчета:

1) размер фирмы. Чем крупнее фирма, тем шире ее производственная самостоятельность, тем более развиты ее коммерческие связи с многочисленными партнерами;

2) усложнение хозяйственных связей. Их многочисленность определяется глубиной и развитостью общественного разделения труда. Чем детальнее развито разделение труда, тем большее значение приобретают коммерческие отношения, а перебои в снабжении и сбыте становятся недопустимыми;

3) уро́вень жизни населения. Предприятиям легкой, пищевой промышленности, сельского хозяйства, торговым фирмам нужны все большие коммерческая оперативность и свобода на рынке, чтобы приспособиться к изменяющимся потребностям населения. Уровни развития коммерческого рачета и жизни населения связаны прямо пропорциональной зависимостью;

4) динамизм развития. Необходим коммерческий простор для своевременного внедрения новой техники и передовых технологий. Развитие коммерческого расчета способствует экономическому росту и оживлению экономической конъюнктуры;

5) развитие технических средств управления. Электронно-вычислительная техника, диспетчерская служба, селекторная и телефонная связь, аудио- и видеотехника усиливают оперативность коммерческого руководства фирмой;

6) уровень подготовки кадров. Если нет хорошо подго-

товленных коммерсантов и предпринимателей, то коммерческий расчет не будет действовать в полную силу.

От коммерческого расчета как объективной экономической категории следует отличать коммерческий расчет как метод хозяйствования фирмы. Прежде всего это означает, что коммерческий расчет выступает как единство объективной и субъективной сторон развития производства и реализации товаров: как объективная категория и как сознательно управляемый внутрифирменный процесс. При этом из сущности коммерческого расчета как экономической категории вытекает метод коммерческого ведения хозяйства. Метод может быть несовершенным, коммерческий расчет фирмы может быть плохо организован, но это не затрагивает его сущности.

Коммерческий расчет — основной метод ведения хозяйства в рыночной экономике, но не единственный. Существует также и другой метод осуществления хозяйственных дел — метод бюджетного финансирования. На бюджетном финансировании находятся учебные, научные, медицинские учреждения, библиотеки и другие организации. Средства для их содержания выделяются из федерального и местного бюджетов, так как они почти не имеют денежной выручки от реализации собственной продукции. Развитие рынка приводит ко все большей коммерциализации и этой сферы деятельности. Но пока что заработанных в каналах коммерции средств этим учреждениям для обеспечения их жизнедеятельности не хватает. И бюджет остается для них основным источником денежных средств, обеспечивающих их функционирование.

В основе организации коммерческого расчета в любом звене общественного производства лежат следующие принципы:

1) сочетание государственного регулирования экономики и хозяйственно-оперативной самостоятельности фирм. Коммерческий расчет основан на сочетании индикативных показателей государственных программ с показателями, разрабатываемыми фирмами. Эти две стороны коммерческого расчета должны выступать в единстве. Но между ними может быть и противоречие. Чрезмерное усиление централизма в ущерб самостоятельности неблагоприятно сказывается на производстве, как и необоснованное расширение самостоятельности фирм. Оптимум в сочетании этих двух сторон коммерческого расчета на каждом этапе развития экономики достигается в том случае, если, с одной стороны, обеспечивается ведущая роль общественных интересов, а с другой стороны, фирме предоставляется в максимальной степени проявить хозяйственную инициативу. Совершенствование коммерческого расчета идет по этим обоим направлениям: и по пути совершенствования индикативного планирования и по пути развития коммерческой самостоятельности фирм;

2) обеспечение самоокупаемости затрат, рентабельности производства и условий самофинансирования. Этот принцип вытекает из сущности коммерческого расчета. Деятельность фирмы связана с затратами средств производства и труда. Их необходимо постоянно возмещать. Самоокупаемость означает возмещение издержек за счет выручки от продажи своей продукции. Но фирмы не только должны возмещать свои расходы, но и обеспечивать получение прибыли, т. е. вести производство безубыточно, рентабельно. Прибыль необходима фирме для формирования фондов потребления и накопления, для создания резервного фонда, для расчета с налоговыми службами;

3) материальная заинтересованность фирм и работников в результатах производства. Этот принцип позволяет наиболее эффективно сочетать интересы общества, фирмы и работников. Материальная заинтересованность фирмы и ее работников обеспечивается оплатой по труду и созданием специальных фондов. Прибыль фирмы зависит от количества реализуемой продукции и от уровня регулируемых государством цен. Через экономически обоснованные цены фирма материально заинтересована в достижении собственных и общественных интересов. Материальная же заинтересованность работников достигается регулированием заработной платы и посредством выплаты премий;

4) материальная ответственность фирмы и работников за выполнение бизнес-плана, недостатки и срывы в работе. Если бы фирмы и работники могли безнаказанно наносить ущерб обществу и друг другу, то никакой коммерческий расчет не был бы осуществим. В экономике нужна специфическая экономическая ответственность по принципу «нанес ущерб другим — отвечай за счет своих средств», т. е. необходимо возмещение нанесенного ущерба. Фирмы несут ответственность перед: а) государством за выполнение госза-

казов; б) банком за погашение кредитов и выплату процентов; в) потребителями продукции за выполнение поставок; г) поставщиками за своевременную оплату сырья и материалов; д) работниками за соблюдение их трудовых прав. Работники ответственны перед фирмой и государством за выполнение своих обязательств, за качество труда, за свою дисциплину, за бережное отношение к объектам различных форм собственности;

5) контроль за финансовой и коммерческой деятельностью фирмы. Государство контролирует деятельность фирм с помощью таких инструментов, как цена, кредит, финансы, налоги. Финансовый контроль осуществляют и вышестоящие организации (тресты, объединения, министерства). Банки осуществляют контроль над фирмами через финансовую и кредитную системы (предоставление кредитов, срочность платежей, пени, штрафы, неустойки). Внутри фирмы и ее подразделений финансовый контроль осуществляется бухгалтерией (себестоимость, заработная плата, производственные задания подразделениям).

В настоящее время различают следующие формы коммерческого расчета:

1) коммерческий расчет фирм. Это основная форма коммерческого расчета. Ее суть раскрыта в предыдущем изложении содержания параграфа;

2) внутрихозяйственный коммерческий расчет. Фирма — это сложный производственный организм. Она обычно состоит из филиалов, производств, цехов, участков, бригад, ферм, звеньев. Поэтому в систему внутрихозяйственного коммерческого расчета входит: а) коммерческий расчет крупных подразделений (филиалов, производств, цехов); б) коммерческий расчет мелких подразделений (участков, бригад, ферм, звеньев) и в) коммерческий расчет рабочих мест. Коммерческий расчет фирмы только тогда функционирует эффективно, когда он умело организуется и в его подразделениях. Принципы внутрихозяйственного коммерческого расчета те же, что и коммерческого расчета фирмы, но осуществляются они несколько иначе, т. е. внутрихозяйственный расчет имеет свои особенности. Подразделения фирмы, как правило, не продают и не покупают товаров, не берут кредитов, не имеют счета в банке, не вносят средств в госбюджет, т.е. внешние связи в сферу внутрихозяйственного расчета, как правило, не попадают. Внутрихозяйственный расчет не связан с капитальными вложениями, не включает образования специальных фондов. Внутрихозяйственный расчет в основном ограничен сферой производства. Отсюда вытекает его большая важность. Подразделения фирмы решают главную задачу, они производят продукцию. Поэтому важно, чтобы цеха, участки, отдельные работники были точно сориентированы на улучшение общефирменных показателей. Этому и должна быть подчинена организация внутрихозяйственного расчета. Она включает: а) закрепление за подразделениями средств производства; б) установление подразделениям производственных заданий; в) предоставление подразделениям оперативно-хозяйственной самостоятельности в выборе путей и методов выполнения заданий; г) всесторонний учет и контроль деятельности подразделений; д) установление ответственности за упущения в производстве путем возмещения ущерба, нанесенного другому подразделению; е) установление системы экономического стимулирования за успешное выполнение производственного задания;

3) коммерческий расчет объединений. Различают два типа объединений: а) производственные; б) промышленные.

К производственным объединениям относятся тресты, комбинаты,фирмы. Входящие в состав объединения предприятия не имеют такой самостоятельности, как раньше. В качестве примеров подобных объединений можно назвать металлургические комбинаты — Магнитогорский, Нижне-Тагильский, Кузнецкий; автозаводы им. Лихачева, Горьковский и др. Сейчас они акционируются и приватизируются.

Промышленные объединения выражают не столько концентрацию производства, сколько централизацию управления и хозяйственного руководства в рамках оптимального территориального радиуса. Они по своему содержанию приближаются к министерствам. К ним относятся объединения «Башнефть», «Татнефть», «Севкавэлектроприбор», объединение электронного приборостроения «Светлана», объединение предприятий счетной и организационной техники «Сигма», объединения подшипниковых, кабельных, шинных, часовых, ферросплавных заводов и др.

Коммерческие объединения имеют следующие экономические преимущества:

1) создается материальная заинтересованность аппарата управления объединения в эффективном использовании ресурсов;

2) передается часть прав и обязанностей от министерства

к объединению, что усиливает оперативность хозяйственного руководства;

3) для оперативного руководства используются АСУ, ЭВМ, ВЦ;

4) формируются централизованные фонды и резервы коммерческих объединений.

Объединение в условиях коммерческого расчета обеспечивает:

1) полное возмещение затрат на производство продукции, включая затраты на проектные, конструкторские, научно-исследовательские работы, на освоение новых изделий и процессов, на содержание аппарата управления;

2) материальную ответственность перед входящими в его состав фирмами за нарушение принятых на себя обязательств;

3) коммерческий расчет отраслевых министерств. Он отличается от коммерческого расчета объединений, фирм и их подразделений. Коммерческий расчет министерств является коммерческим расчетом учреждений управления, а не непосредственно хозяйствующих субъектов. Министерства планируют производство, снабжение и сбыт в целом по отрасли, распространяют передовой опыт, проводят единую техническую политику, осуществляют подготовку кадров и пр. Для выполнения этих функций министерства получают средства, которые они должны использовать рентабельно. Коммерческий расчет министерств не снижает роли коммерческого расчета объединений и фирм. Только использование всех форм коммерческого расчета позволяет наиболее успешно решать важнейшие вопросы развития макро- и микроэкономики.

28.3. Понятие, цели и сфера маркетинговой деятельности фирмы

Понятие «маркетинг» (от англ. *market* — рынок) в дословном переводе означает «рынкоделание». Теория маркетинга зародилась в США на рубеже XX в. как реакция на обострение проблемы реализации. Ее родоначальники считали недостатки сферы обращения главным препятствием гармоничного экономического развития. Они предложили различные подходы по преобразованию этой сферы.

Первоначально маркетинг охватывал только сбытовую деятельность — вопросы торговли, рекламы, кредита и т. п. В 50-е годы маркетинг сомкнулся с теорией управления. В результате возникла наука об управлении компаниями на принципах маркетинга, которая получила название «рыночная теория управления».

Произошло и расширение рамок объектов маркетинга. В новых условиях производство и сбыт стали рассматриваться как единое целое. Маркетинг охватил разработку новых технологий и продуктов, планирование и выполнение производственных программ, финансовую и сбытовую деятельность. Вместе с тем во главу угла был поставлен анализ рынка. Производство в системе маркетинга сориентировано на состояние рынка. Маркетинг в качестве главной цели развития наряду с прибылью установил удовлетворение потребительского спроса населения или удовлетворение потребностей. Отсюда и вытекает сущность маркетинга.

Известный специалист по маркетингу Филипп Котлер в своей книге «Основы маркетинга» (М.: Прогресс, 1990), профессор Северо-Западного университета США, определяет его следующим образом.

Маркетинг — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Маркетинг отличается от коммерческих операций. Последние сосредоточены на нуждах продавца, а маркетинг исходит из интересов покупателя. В этой связи можно говорить о социально-этическом маркетинге, который выдвигает на первый план следующие цели:

1) достижение максимально высокого потребления;

2) достижение потребительского удовлетворения (качество);

3) обеспечение широкого выбора покупателю;

4) повышение качества жизни.

Сущность социально-этического маркетинга ясно выразил президент южнокорейской компании «Корея системэ» Ли Тон Хун: «Есть одна закономерность, и она проверена нашим опытом в целом и моим в частности. Если ты действительно хочешь сделать бизнес, то должен прежде всего думать об интересах своего государства, об интересах граждан, а потом уже о личной выгоде... Это — главное качество маркетинга. Нужды общества определяются запросами по-

требителей. А каждый грамотный бизнесмен ориентирован только на интересы потребителей».

Маркетинг выполняет две основные функции:

1) организация производства для удовлетворения существующих и потенциальных потребностей;

2) формирование и стимулирование спроса.

Главная формула маркетинга — производить то, что покупается, а не продавать то, что производится. Тем самым маркетинг призван согласовать производство и потребление, привнося элементы регулирования в рыночный механизм. Ориентация на потребителя означает изучение не производственных мощностей, а реальных и потенциальных потребностей рынка. При этом товары и услуги являются лишь средством достижения цели, а не самой целью. Выделяют следующие моменты, которые полностью раскрывают сущность маркетинга:

1) ориентация на рынок сбыта. Она является важнейшим признаком маркетингового управления предприятием и выражается в перенесении центра управленческих решений в сферу сбыта. Из этого следует, что основными объектами изучения и воздействия становятся потребитель, конкурент, конъюнктура рынка и качественные характеристики товара;

2) ситуационное управление. Принятие стратегических решений осуществляется по мере обнаружения потенциальных проблем сбыта. Речь идет о стремлении спрогнозировать варианты возможных ситуаций на рынке;

3) система непрерывного сбора и обработки информации. Она представляет одну из важнейших основ ситуационного управления, реализация которого в современных условиях немыслима без использования ЭВМ и коммуникационных систем. В нее входят такие параметры, как объем и структура требуемой информации, способы ее эффективного поиска и сбора, методы передачи, обработки и хранения информации, направления передачи информации после обработки;

4) стратегия активного воздействия на рынок, отказ от практики пассивного приспособления к рыночным условиям. В ее рамках осуществляется переход к политике активного воздействия на рынок сбыта конкретного потребителя продукции;

5) постоянная разработка новых конкурентоспособных идей, их оперативное внедрение в производство и сбытовые звенья. Этого требует и предопределяет предпринимательская инициатива;

6) ориентация на достижение долгосрочного коммерческого успеха. Это предопределяет относительную независимость от состояния рынка в периоды временного ухудшения его конъюнктуры;

7) организация крупномасштабного производства, удовлетворяющего спрос на данный вид продукции мирового рынка в целом;

8) ориентация на массовое дешевое производство продукции с высоким качеством на базе ключевых технологий;

9) использование стандартизированных программ маркетинга на всех товарных рынках мира;

10) распределение мощностей по производству компонентов и сборке продукции по отдельным географическим рынкам;

11) политика массированных инвестиций в основных странах-потребителях даже ценой временных убытков;

12) завоевание ведущих позиций на ключевых рынках сбыта и привлечение конкурентов в качестве партнеров по маркетингу.

Маркетинг координирует все виды деятельности: финансирование, производство, конструирование, исследования и разработки, управление запасами. Фирмы с помощью маркетинга ориентируют товаропроизводителей на цели удовлетворения потребностей людей и общества в целом. Этими целями могут быть прибыль, лекарства, хлеб, мясо, туризм, выборы политического кандидата и т. п.

Важно провести четкое различие между маркетингом и обычной производственно-сбытовой деятельностью. Последняя распространена на наших предприятиях.

Фирма, действующая в соответствии с принципами маркетинга, имеет специфическую структуру, отличающуюся от структуры наших предприятий. В центре внимания фирмы находятся не производственные, а сбытовые вопросы. Первым лицом после директора фирмы является не главный инженер, технолог, экономист, а маркетинг-директор. Он формирует рыночный успех в условиях конкуренции. Ответственность настолько велика, что маркетинг-директор должен сочетать в себе черты организатора, экономиста, финансиста, сбытовика, исследователя, плановика, конструктора, а главное — обладать нестандартным мышлением.

требителей. А каждый грамотный бизнесмен ориентирован только на интересы потребителей».

Маркетинг выполняет две основные функции:

1) организация производства для удовлетворения существующих и потенциальных потребностей;

2) формирование и стимулирование спроса.

Главная формула маркетинга — производить то, что покупается, а не продавать то, что производится. Тем самым маркетинг призван согласовать производство и потребление, привнося элементы регулирования в рыночный механизм. Ориентация на потребителя означает изучение не производственных мощностей, а реальных и потенциальных потребностей рынка. При этом товары и услуги являются лишь средством достижения цели, а не самой целью. Выделяют следующие моменты, которые полностью раскрывают сущность маркетинга:

1) ориентация на рынок сбыта. Она является важнейшим признаком маркетингового управления предприятием и выражается в перенесении центра управленческих решений в сферу сбыта. Из этого следует, что основными объектами изучения и воздействия становятся потребитель, конкурент, конъюнктура рынка и качественные характеристики товара;

2) ситуационное управление. Принятие стратегических решений осуществляется по мере обнаружения потенциальных проблем сбыта. Речь идет о стремлении спрогнозировать варианты возможных ситуаций на рынке;

3) система непрерывного сбора и обработки информации. Она представляет одну из важнейших основ ситуационного управления, реализация которого в современных условиях немыслима без использования ЭВМ и коммуникационных систем. В нее входят такие параметры, как объем и структура требуемой информации, способы ее эффективного поиска и сбора, методы передачи, обработки и хранения информации, направления передачи информации после обработки;

4) стратегия активного воздействия на рынок, отказ от практики пассивного приспособления к рыночным условиям. В ее рамках осуществляется переход к политике активного воздействия на рынок сбыта конкретного потребителя продукции;

5) постоянная разработка новых конкурентоспособных идей, их оперативное внедрение в производство и сбытовые звенья. Этого требует и предопределяет предпринимательская инициатива;

6) ориентация на достижение долгосрочного коммерческого успеха. Это предопределяет относительную независимость от состояния рынка в периоды временного ухудшения его конъюнктуры;

7) организация крупномасштабного производства, удовлетворяющего спрос на данный вид продукции мирового рынка в целом;

8) ориентация на массовое дешевое производство продукции с высоким качеством на базе ключевых технологий;

9) использование стандартизированных программ маркетинга на всех товарных рынках мира;

10) распределение мощностей по производству компонентов и сборке продукции по отдельным географическим рынкам;

11) политика массированных инвестиций в основных странах-потребителях даже ценой временных убытков;

12) завоевание ведущих позиций на ключевых рынках сбыта и привлечение конкурентов в качестве партнеров по маркетингу.

Маркетинг координирует все виды деятельности: финансирование, производство, конструирование, исследования и разработки, управление запасами. Фирмы с помощью маркетинга ориентируют товаропроизводителей на цели удовлетворения потребностей людей и общества в целом. Этими целями могут быть прибыль, лекарства, хлеб, мясо, туризм, выборы политического кандидата и т. п.

Важно провести четкое различие между маркетингом и обычной производственно-сбытовой деятельностью. Последняя распространена на наших предприятиях.

Фирма, действующая в соответствии с принципами маркетинга, имеет специфическую структуру, отличающуюся от структуры наших предприятий. В центре внимания фирмы находятся не производственные, а сбытовые вопросы. Первым лицом после директора фирмы является не главный инженер, технолог, экономист, а маркетинг-директор. Он формирует рыночный успех в условиях конкуренции. Ответственность настолько велика, что маркетинг-директор должен сочетать в себе черты организатора, экономиста, финансиста, сбытовика, исследователя, плановика, конструктора, а главное — обладать нестандартным мышлением.

требителей. А каждый грамотный бизнесмен ориентирован только на интересы потребителей».

Маркетинг выполняет две основные функции:

1) организация производства для удовлетворения существующих и потенциальных потребностей;

2) формирование и стимулирование спроса.

Главная формула маркетинга — производить то, что покупается, а не продавать то, что производится. Тем самым маркетинг призван согласовать производство и потребление, привнося элементы регулирования в рыночный механизм. Ориентация на потребителя означает изучение не производственных мощностей, а реальных и потенциальных потребностей рынка. При этом товары и услуги являются лишь средством достижения цели, а не самой целью. Выделяют следующие моменты, которые полностью раскрывают сущность маркетинга:

1) ориентация на рынок сбыта. Она является важнейшим признаком маркетингового управления предприятием и выражается в перенесении центра управленческих решений в сферу сбыта. Из этого следует, что основными объектами изучения и воздействия становятся потребитель, конкурент, конъюнктура рынка и качественные характеристики товара;

2) ситуационное управление. Принятие стратегических решений осуществляется по мере обнаружения потенциальных проблем сбыта. Речь идет о стремлении спрогнозировать варианты возможных ситуаций на рынке;

3) система непрерывного сбора и обработки информации. Она представляет одну из важнейших основ ситуационного управления, реализация которого в современных условиях немыслима без использования ЭВМ и коммуникационных систем. В нее входят такие параметры, как объем и структура требуемой информации, способы ее эффективного поиска и сбора, методы передачи, обработки и хранения информации, направления передачи информации после обработки;

4) стратегия активного воздействия на рынок, отказ от практики пассивного приспособления к рыночным условиям. В ее рамках осуществляется переход к политике активного воздействия на рынок сбыта конкретного потребителя продукции;

5) постоянная разработка новых конкурентоспособных идей, их оперативное внедрение в производство и сбытовые звенья. Этого требует и предопределяет предпринимательская инициатива;

6) ориентация на достижение долгосрочного коммерческого успеха. Это предопределяет относительную независимость от состояния рынка в периоды временного ухудшения его конъюнктуры;

7) организация крупномасштабного производства, удовлетворяющего спрос на данный вид продукции мирового рынка в целом;

8) ориентация на массовое дешевое производство продукции с высоким качеством на базе ключевых технологий;

9) использование стандартизированных программ маркетинга на всех товарных рынках мира;

10) распределение мощностей по производству компонентов и сборке продукции по отдельным географическим рынкам;

11) политика массированных инвестиций в основных странах-потребителях даже ценой временных убытков;

12) завоевание ведущих позиций на ключевых рынках сбыта и привлечение конкурентов в качестве партнеров по маркетингу.

Маркетинг координирует все виды деятельности: финансирование, производство, конструирование, исследования и разработки, управление запасами. Фирмы с помощью маркетинга ориентируют товаропроизводителей на цели удовлетворения потребностей людей и общества в целом. Этими целями могут быть прибыль, лекарства, хлеб, мясо, туризм, выборы политического кандидата и т. п.

Важно провести четкое различие между маркетингом и обычной производственно-сбытовой деятельностью. Последняя распространена на наших предприятиях.

Фирма, действующая в соответствии с принципами маркетинга, имеет специфическую структуру, отличающуюся от структуры наших предприятий. В центре внимания фирмы находятся не производственные, а сбытовые вопросы. Первым лицом после директора фирмы является не главный инженер, технолог, экономист, а маркетинг-директор. Он формирует рыночный успех в условиях конкуренции. Ответственность настолько велика, что маркетинг-директор должен сочетать в себе черты организатора, экономиста, финансиста, сбытовика, исследователя, плановика, конструктора, а главное — обладать нестандартным мышлением.

Главное в маркетинге — это упор на анализ и удовлетворение спроса потребителей товаров и услуг. Согласно философии маркетинга продажа — средство общения и изучения потребительского спроса. Маркетинг ищет реальные различия во вкусах потребителей и разрабатывает предложения, направленные на их удовлетворение. Маркетинг позволяет стать людям более информированными, изобретательными, влияет на общую культуру производства и образ жизни.

Сфера маркетинга чрезвычайно широка. Она охватывает: ценообразование, складирование, упаковку, создание торговой марки, сбыт, управление торговым персоналом, кредит, транспортировку, социальную ответственность, выбор мест для размещения розничных магазинов, изучение потребителей, отношения с общественностью, рыночные исследования, планирование товаров, представление гарантий. По оценке зарубежных экономистов доля расходов на маркетинг составляет половину конечной цены многих товаров.

Товар является сердцевиной всей маркетинговой стратегии. Если он не в состоянии удовлетворить потребности покупателя, то никакие усилия, никакие дополнительные затраты не смогут улучшить его позиций на рынках сбыта. Главным в товаре являются потребительские свойства и функции: назначение, надежность, долговечность, удобство использования, эстетичность внешнего вида, упаковка, обслуживание, гарании, сопроводительные документы и инструкции.

Товары можно подразделить на товары индивидуального потребления (ИП) и товары производственного назначения (ПН). Эти факторы привели к выработке различных маркетинговых стратегий и появлению различных моделей маркетинга.

Необходимо выделить следующие субмодели маркетинга, которые последовательно характеризуют его сферу:

1) субмодель маркетинга потребительских товаров. Маркетинг первоначально возник в области производства и сбыта потребительских товаров. Маркетинговая деятельность сократила срок их пребывания на рынке, способствовала разработке новых технологий их изготовления, увеличила скорость изменения вкусов потребителей, превратила рынок потребительских товаров в динамичную сферу;

2) субмодель маркетинга средств производства. Процесс

диверсификации потребностей заказчиков происходит медленно, так как машины и оборудование служат достаточно долго. Но НТР и технологическая революция ускорили обновление основного капитала. Появилась необходимость изучать спрос на средства производства. Особенность этой субмодели заключается в том, что она направлена на поиск новых технологических решений для снижения издержек производства и повышения производительности труда, а также на создание системы услуг (установка, монтаж, обслуживание и т. п.);

3) субмодель маркетинга объектов капитального строительства. Для нее характерны особые методы сбыта объектов капитального строительства, приспособления их качественных характеристик к потребностям рынка. Реализация продукции строительства — это сбыт комплексного товара или технологического комплекса в целом, а рыночная ориентация здесь сязана с экономией капитальных и текущих затрат на строительство;

4) субмодель маркетинга высокотехнологичной продукции. Высокотехнологичной продукцией считается продукция, в которой воплощены достижения современной науки, главным образом фундаментальной, где имеется принципиальная новизна технических решений. Маркетинг в этой области ориентирован не столько на время, сколько на пространство, быстро проникая на новые рынки сбыта до того, как начнется падение конкурентоспособности товара. На практике такая стратегия обычно связана с поиском путей внедрения в сферу личного потребления различных образцов наукоемкой продукции, ранее использовавшихся в производстве или в военной области. Это особенно отноится к средствам вычислительной техники, робототехники и другим видам продукции;

5) субмодель маркетинга услуг. Маркетинг в сфере услуг включает аренду товаров, их ремонт, обслуживание, а также личные услуги. Услуги имеют четыре характеристики: неосязаемость, неспособность к хранению, неотделимость от субъекта или объекта, предоставляющего услуги, изменчивость в качестве. Неосязаемость услуг означает, что их невозможно демонстрировать, транспортировать, хранить (услуги по ремонту и личному обслуживанию). Многие виды услуг неотделимы от того, кто их предоставляет. На-

пример, качество ремонта техники зависит от квалификации работников. При перепроизводстве товаров и насыщенном рынке обостряется конкуренция именно в сфере услуг. Это особенно характерно для настоящего времени, когда рынок продавца превратился в рынок покупателя. В субмодели маркетинга услуг существуют свои методы согласования спроса с предложением: а) осуществлять маркетинг аналогичных услуг потребителям, имеющим различные структуры спроса; б) реализовать новые услуги, отличающиеся от действующих; в) осуществлять маркетинг дополнений к услугам в периоды отсутствия максимального спроса; г) обучать персонал совмещению функций; д) нанимать временных сотрудников в период пика спроса; е) информировать потребителей об использовании услуг в периоды минимального спроса; ж) предлагать стимулы и скидки с цен в периоды минимального спроса;

6) субмодель некоммерческого маркетинга. Он осуществляется правительством, организациями и отдельными лицами, которые действуют в общественных интересах и не стремятся к получению прибыли. Маркетологи говорят, что управлять ассоциацией (обществом) — это то же самое, что руководить коммерческим бизнесом. Члены ассоциации (общества) — это потребители, услуги им — товары, а членские взносы — это цены, установленные за услуги.

Сфера маркетинга очень широка. Сегодня маркетинг знают и те, кто не связан с ним непосредственно. Например, его принципы используют писатели, врачи, юристы, финансисты, консультанты, научные работники. Им всем необходимо знать и удовлетворять потребности пациента, клиента, налогоплательщика и т.п.

Сфера маркетинга подразделяется на пять частей: 1) контролируемые факторы; 2) неконтролируемые факторы; 3) уровень удачи или неудачи фирмы в достижении своих целей; 4) обратные связи; 5) адаптация.

К контролируемым факторам в маркетинге относятся:

1) выбор целевых рынков. Процесс выбора целевого рынка включает два решения, связанные с его размерами и особенностями. Это означает, что можно выбрать очень большой целевой рынок или его небольшую часть. Для этих целей определяют конкретные особенности потребителей в целевом рынке (пол, профессию, семейное положение, уровень материального благосостояния, традиции, вкусы и т. д.);

2) цели маркетинга. Цели маркетинга в большей степени ориентированы на конкретных потребителей товаров и услуг. Например, службы маркетинга интересуются тем, какой «образ» компании и ее отдельных товаров сформировался у потребителей. Маркетологи стараются создать такую продукцию, чтобы ее уникальные параметры заставляли потребителей предпочитать продукцию данной фирмы, а не ее конкурентов;

3) организация маркетинга. В организации маркетинга выделяют его службы для управления маркетинговыми функциями, подчиненность и ответственность за выполнение заданий. Организация маркетинга может быть: а) функциональной, когда ответственность распределяется по сферам снабжения, сбыта, продвижения, распределения; б) ориентированной на товар, когда существуют управляющие по товарам для каждой группы; в) ориентированной на рынок, когда выделяют управляющие по региональным рынкам и типам потребителей; г) сочетающей перечисленные формы;

4) структура маркетинга. Под нею понимается сочетание его элементов для достижения поставленных задач. Структура включает четыре основных элемента: товар или услуги, распределение или сбыт, продвижение и цены.

К сфере, не контролируемой маркетингом, относятся те факторы, которые не могут управляться службой маркетинга непосредственно. Однако они оказывают большое воздействие на эффективность его программы. Маркетологи постоянно следят за неконтролируемыми факторами или внешней средой. Если этого не делать, любая маркетинговая программа может стать нереальной. К внешней среде относятся такие переменные, как потребители, конкуренты, правительство, экономика, экология, технология, независимые средства массовой информации.

Приобретая товары (услуги), потребители ведут себя по-разному. В этом случае маркетологи опосредствованно влияют на поведение потребителей. Они должны знать, как потребители принимают решения о покупке, через какие этапы при этом проходят. Потребитель всегда старается выбрать наилучший вариант.

28.4. Роль маркетинга в формировании потребностей. Классификация потребностей

Маркетинг строится на том, что лучшей гарантией использования производственных ресурсов является принятие потребностей людей за основу, за цель производства. В маркетинге центральной задачей является определение еще не удовлетворенных потребностей. Данные аспекты маркетинга тесно связаны с психологией.

В этом отношении примечательной является теория мотивации А.Маслоу. Им разработана модель, согласно которой человеческие потребности распределяются по категориям. А.Маслоу изучил мотивы и потребности человека, исходя из холистической перспективы (холизм — учение о целостности). Он пытался найти, что нужно человеку, для того чтобы весь человек получил наилучшие возможности для развития. Маркетинг изучает человека только в качестве потребителя, т. е. не всесторонне.

А.Маслоу выделил пять категорий потребностей в их иерархической последовательности:

1) физиологические потребности. Для выживания человеку необходимо разумным образом удовлетворять свои физиологические потребности. Примерами таких потребностей являются еда и питье, защита от холода или жары. Физиологические потребности можно охарактеризовать как периодические. Они исчезают по мере их удовлетворения. Но через какое-то время они появляются снова (голод, жажда, холод) и снова требуют удовлетворения. Периодически потребности исчезают после того как их удовлетворяют. Другими словами, удовлетворение не растет, если кто-то продолжает есть, хотя он уже сыт;

2) потребности в безопасности и стабильности. Они стоят на более высоком уровне. Для того чтобы испытывать удовлетворение своим существованием, человек должен чувствовать себя в безопасности. Обеспечить то, чтобы окружающая среда, обстановка не угрожала интересам человека, должны система законодательства, этические нормы, институты государства. Они несут ответственность за борьбу с преступностью и прочими видами опасности. С помощью армии государство заботится об уменьшении внешней опасности. Появляются частные общества, предлагающие свои услуги по охране безопасности людей и фирм. Потребность в безопасности можно также охарактеризовать как периодическую потребность;

3) потребности в социальных контактах. Социальные контакты охватывают, в частности, потребности в любви и дружбе. Чувство одиночества и социальной изоляции является серьезной угрозой физическому и психическому благополучию. Социальные потребности носят такой характер, что их удовлетворение не может быть истинным, если они удовлетворяются через экономическую систему. Купленная дружба никогда не будет такой же, как настоящая крепкая дружба. Однако рынок может создать условия и для удовлетворения социальных потребностей. В ресторанах, клубах могут завязаться новые знакомства, которые постепенно могут перерасти в крепкую дружбу и любовь. Эти потребности нельзя удовлетворить просто увеличением количества друзей. Потребность в социальных контактах можно определить как недостаточную потребность;

4) потребности в самоутверждении или статусе. Это чувство собственной значимости. По этому поводу маркетологи подвергаются резкой критике, поскольку создают отношения, в которых самоутверждение подменяется впечатлением от обладания многими вещами (купленными товарами). Но хотя человек и обладает многими престижными вещами, это не означает еще удовлетворения потребности в самоутверждении. Наоборот, оказывается, что многие люди, хорошо обеспеченные материально, тем не менее чувствуют внутреннюю обездоленность. Поэтому можно сказать, что чувство самоутверждения больше связано с тем, «кто ты есть», чем с тем, «что у тебя есть». Потребность в самоутверждении также является недостаточной потребностью. Человек всегда должен чувствовать, что он имеет большую ценность. Чувство статуса не должно достигать экстремальных ценностей, прежде, чем потребность будет удовлетворена;

5) потребность в самовыражении. Она располагается на высшей ступени. Эта потребность не удовлетворяется в обычном понимании. Чем больше человек развивает себя в какой-то области, тем сильнее будет потребность в дальнейшем развитии. Потребность в самовыражении — это потребность человека в развитии своих способностей. В центре находится расширение знаний и развитие творческих способностей. Поскольку эту потребность нельзя удовлетворить в абсолютном смысле, она характеризуется как потребность

роста. Чем лучше человек играет на гитаре, тем больше он чувствует потенциал для дальнейшего развития и радость от развития своих способностей.

Иерархию потребностей можно представить в виде пирамиды (рис. 28.1).



Рис. 28.1. Иерархия потребностей

Необходимо отметить, что некоторые потребности имеют более основополагающий характер, чем другие (это прежде всего физиологические потребности). Правда, совсем не обязательно полное удовлетворение потребностей на каком-то уровне для активизации удовлетворения последующих. Можно найти много примеров перекрывания одних потребностей другими. Но принципиально, в основном необходимо частичное удовлетворение находящихся внизу пирамиды потребностей, перед тем, как активизировать удовлетворение вышестоящих. Иерархия потребностей человека широко используется в маркетинге. Перед маркетингом стоит важная задача определения потребностей, которые будут актуальными в будущем. Если потребности будут интересны для маркетинга, то они будут представлять потенциал для сбыта товаров. В свою очередь, этот сбыт обеспечит покрытие издержек производства и принесет

среднюю прибыль на инвестированный капитал. Маркетинг не может способствовать удовлетворению человеческих потребностей, лежащих за пределами экономики. Речь идет о потребностях, которые можно удовлетворить посредством потребления продуктов, реализуемых на рынке. Потребность в дружбе, в свежем воздухе нельзя удовлетворить с помощью денег. Коммерческий рынок может обеспечить только часть потребностей людей.

Маркетинг может влиять на потребности, желания и спрос потребителя на определенные товары. Маркетинг участвует в создании потребностей у человека. Какова здесь роль маркетинга, можно проиллюстрировать следующей схемой (рис. 28.2).

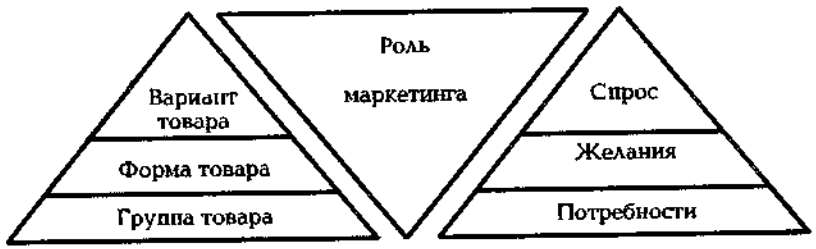


Рис. 28.2. Влияние маркетинга на предложение и спрос

Охарактеризуем эти связи. Начнем анализ с потребностей.

У людей существуют постоянные потребности, они являются общими и объективными, т. е. от человека к человеку они варьируют незначительно. Удовлетворение их связано с группами продуктов (товаров), нежели со специфическими видами товаров. Например, у всех людей существует потребность поесть. Чувство голода само по себе требует той или иной пищи. Также нужна одежда, чтобы защититься от холода. И здесь речь не идет о каком-то определенном типе одежды. Постоянные потребности удовлетворяет целая группа товаров. Как показывает схема, данные потребности в незначительной степени могут меняться и подвергаться влиянию маркетинговых мероприятий.

По-иному удовлетворяются желания людей. Чувство го-

лода одни люди воспринимают как желание поесть рыбы и картофеля, а другие как желание поесть риса. Выражение потребностей в форме желаний у каждого индивида тесно связано, таким образом, с уровнем культуры общества, в котором живет человек.

Желание более конкретно и специфично. У человека есть потребность в брюках, но желание определяет форму этой потребности, например, как желание иметь джинсы. В области желаний методы маркетинга используются для влияния на привычки людей, их желания. Хорошим примером этого являются попытки изменить привычки в еде: есть больше картофеля, овощей и зернопродуктов, рыбы и меньше мяса. Результатом могут быть изменившиеся привычки в еде. Для этого нужны убедительные рекламные призывы, соответствующая государственная политика в области продовольствия.

Желание есть осознанное ощущение потребностей.

Охарактеризуем далее удовлетворение спроса людей. Он всегда связан с определенными продуктами (вариантами товаров). Например, потребность в защите от холода для одного индивида может быть выражена в спросе на джинсы, а у другого — в спросе на вельветовые брюки, сшитые портным.

Ясно, что одна и та же потребность у разных людей может быть выражена разными способами. Факторами, влияющими на проявление спроса, являются: культура, черты характера, ближайшее окружение, реклама. Часто бывает так, что потребитель вынужден покупать товар, в котором он не нуждается, потому что нужный ему товар или продан, или отсутствует на рынке по другим причинам. Маркетинг определяет направления, по которым будет развиваться спрос. Перечисленные факторы влияют на то, какие товары будут пользоваться спросом у потребителя. Но, тем не менее, нельзя купить товары, которых нет на рынке.

В маркетинговой деятельности следует различать:

1) существующие потребности. Маркетологи здесь обращаются к статистике продаж и определяют, существует ли на какие-то товары неудовлетворенный спрос. Этот метод дает представление только о существующем спросе. Однако не все потребности находят выражение в данном спросе;

2) скрытые потребности. Такие потребности существуют на рынке при отсутствии какого-либо предложения соответствующих товаров, например, моносистемы и стереосистемы в музыкальной отрасли. Потребность в стереосистемах долгое время была скрытой;

3) перспективные потребности. Задача маркетологов здесь стоит в том, чтобы выяснить, какие желания возникнут в будущем в результате изменившихся условий жизни: появились более высокие доходы, стало больше свободного времени, улучшилось образование. Для того, чтобы предвидеть, маркетологи пользуются прогнозом, построенном на сравнении развития рынков (метод аналогий). Сравниваются различные страны, которые прошли соответствующие этапы развития рынка.

Маркетологи выделяют следующие причины возникновения новых потребностей:

1) сделанные ранее запасы закончились. И это является причиной того, что потребность выражается в спросе на новый конкретный продукт (новый тюбик зубной пасты, новая булка хлеба и т. д.);

2) изменилась референтная группа. Причиной возникновения потребности может быть смена потребителем социальной группы (референтной группы). Если человек поступает на новую работу или меняет свое окружение, его потребление часто меняется, приспосабливается к нормам этой социальной группы;

3) меняется экономический статус. Это изменение является важной причиной для социально обусловленных изменений спроса. Если у человека повышается заработная плата, то он может перейти к роскошному стилю жизни;

4) изменяется число членов семьи. Потребности могут сократиться, если семья возросла, они могут возрасти, если семья уменьшилась и возросли доходы. С рождением ребенка появляются новые потребности, которых раньше не было;

5) меняется способ удовлетворения потребностей. Если семья переезжает в новую большую квартиру, возникает потребность в новой мебели. При покупке автомобиля появляется спрос на бензин.

Маркетологи должны дать фирме информацию об этих изменениях спроса на рынке. Тогда фирма может разрабатывать долгосрочную производственную программу, которая будет нужна покупателям.

28.5. Маркетинговая информация и модель поведения покупателя

В прошлом продавцы учились понимать покупателей в процессе повседневного торгового общения с ними. Этой информации о сбыте продукции было достаточно. Однако рост размеров фирм и рынков лишил предпринимателей непосредственных контактов со своими потребителями. Управляющим для получения необходимой маркетинговой информации приходится все чаще прибегать к исследованию потребителей. При этом пытаются получить информацию о том, кто, как, когда, где и почему именно покупает.

Фирму интересует основной вопрос: как реагируют потребители на различные побудительные приемы маркетинга, которые применяет фирма. Она выясняет, как реагируют потребители: на меняющиеся характеристики товаров, на динамику цен, на рекламные аргументы. Фирма, которая имеет маркетинговую информацию о потребителях, будет иметь огромное преимущество перед конкурентами.

Маркетологи тратят много усилий на исследования зависимости между побудительными факторами маркетинга и ответной реакцией потребителей. Эту зависимость раскрывает модель покупательного поведения (рис. 28.3).



Рис. 28.3. Модель покупательного поведения

Из модели следует, что побудительные факторы маркетинга и прочие раздражители проникают в «черный ящик» сознания покупателя и вызывают определенные отклики. Побудительные факторы маркетинга включают в себя четыре элемента: товар, цену, методы распределения, стимулирование сбыта. Прочие раздражители слагаются из основных сил и событий, из окружения покупателя, из экономической, научно-технической, политической и культурной среды.

Пройдя через «черный ящик» сознания покупателя, все эти раздражители вызывают ряд покупательских реакций. Среди них необходимо выделить: выбор товара, выбор марки, выбор дилера (лицо или фирма, осуществляющие биржевое или торговое посредничество за свой счет и от своего имени); выбор времени покупок, выбор объема покупок.

Задача маркетолога состоит в том, чтобы понять, что происходит в «черном ящике» сознания потребителя. Сам «черный ящик» состоит из двух частей: 1) характеристика покупателя, показывающая то, как человек воспринимает раздражители и реагирует на них; 2) процесса принятия покупательского решения, от которого зависит результат.

Обратимся к анализу характеристики покупателя. На совершаемые покупки большое влияние оказывают факторы культурного, социального, личного и психологического порядка.

Самое большое и глубокое влияние на поведение потребителя оказывают факторы культурного уровня. К ним относятся: культура, субкультура, социальное положение.

Культура — основная первопричина, определяющая потребности и поведение человека. Человеческое поведение — вещь в основном благоприобретенная. Так, человек, растущий в Америке, знакомится или сталкивается со следующими ценностными представлениями: свершение и успех, активность, работоспособность и практичность, движение вперед, материальный комфорт, индивидуализм, свобода, внешний комфорт, филантропство, моложавость.

Культура включает в себя более мелкие составляющие или субкультуры. Они предоставляют людям возможность более конкретного общения с себе подобными. В обществе есть группы лиц одной национальности, которые имеют одинаковые пристрастия и потребности. Отдельные субкультуры представляют собой религиозные группы: католики, христиане, православные, мормоны, иудеи. Отдельные субкультуры образуют расовые группы (негры и уроженцы Востока), географические этнические образования: Севера, Юга и т. п.

В каждом обществе существуют различные классы, которые имеют различное социальное положение. Социологи выделяют в США шесть общественных классов:

1) высший высший класс (менее 1% населения). В нем представлена элита общества, происходящая из именитых

семей и живущая на наследуемое богатство. Владеют более чем одним домом, посылают детей в частные школы, не выставляют свое богатство напоказ, занимаются благотворительностью. Служат референтной группой для остальных классов. Их интересует рынок драгоценностей, антиквариата, домов, услуг по организации отдыха и путешествий;

2) низший высший класс (около 2% населения). Сюда входят лица свободных профессий или бизнесмены, получающие высокие доходы в силу своих исключительных способностей. Активны в общественных и гражданских делах, жаждут признания своего социального положения и демонстративно тратят. Стремятся перейти в высший класс. Для них создается рынок дорогих домов, яхт, плавательных бассейнов, автомобилей;

3) высший средний класс (12% населения). К нему относятся делающие карьеру лица свободных профессий, управляющие, бизнесмены. Проявляют заботу об образовании, духовной жизни, культуре и гражданских делах. Их интересует рынок хороших домов, мебели, одежды и бытовых приборов;

4) низший средний класс (30% населения). В него входят служащие, мелкие предприниматели, «рабочая аристократия» (водопроводчики, средний инженерно-техничский состав заводов). Озабочен соблюдением норм и правил культуры, созданием себе ореола респектабельности. Предъявляет свой спрос на рынке товаров типа «сделай сам», хозяйственных принадлежностей, одежды, строгого стиля;

5) высший низший класс (35% населения). Он включает мелких служащих, квалифицированных и полуквалифицированных рабочих. Озабочен проблемами четкого разделения ролей полов, укреплением своего положения в обществе. Их интересует рынок спортивных товаров, пива, товаров для домашнего хозяйства;

6) низший низший класс (20% населения). В него входят неквалифицированные рабочие; лица, живущие не пособие. Их потребности удовлетворяет рынок пищевых продуктов, телевизоров, подержанных автомобилей.

Для общественных классов характерны явная иерархия, явные предпочтения товаров и марок в одежде, хозяйственных принадлежностях, проведении досуга, автомобилях. Поэтому маркетологи формируют свои усилия на каком-то одном общественном классе. Целевой общественный класс

предполагает: 1) определенный тип магазинов, в которых должен продаваться товар; 2) выбор определенных средств распространения информации для его рекламы; 3) выбор определенного типа рекламных обращений.

Обратимся теперь к анализу факторов социального порядка. К ним относятся референтные группы, семья.

Особенно сильное влияние на поведение человека оказывают многочисленные референтные группы. Референтные группы оказывают прямое (при личном контакте) или косвенное влияние на отношения или поведение человека. Это — коллективы, где индивид работает, живет. Это — семья, друзья, коллеги по работе. Это — первичные коллективы.

Кроме того, человек принадлежит к ряду вторичных коллективов. Это — общественные организации типа религиозных объединений, профессиональных ассоциаций и профсоюзов. Есть желательные коллективы (футбольные команды) и нежелательные коллективы (группы религиозного культа).

Маркетологи стремятся выявить все референтные группы применительно к их конкретному рынку. При этом референтные группы оказывают на людей влияние тремя путями:

1) индивид сталкивается с новыми для него проявлениями и образами жизни;

2) группа воздействует на отношения индивида и его представления о самом себе. Индивид стремится «вписаться» в коллектив;

3) группа подталкивает индивида к комфортности, влияет на выбор им конкретных товаров и марок.

Сильное влияние на поведение покупателя могут оказывать члены его семьи. Семья наставляющая состоит из родителей индивида. От них человек получает наставления о религии, политике, экономике, честолюбии, самоуважении, любви. Порожденная семья, т. е. супруг и дети, оказывает непосредственное влияние на повседневный покупательский спрос. Семья самая важная в рамках общества организация потребительских закупок. Маркетологи подвергают ее всестороннему изучению. Их интересуют роли мужа, жены, детей и то влияние, которое каждый из них оказывает на покупку разнообразных товаров и услуг. Вот как чаще всего распределяется влияние членов семьи применительно к ряду товаров и услуг:

1) мнение мужа: страхование жизни, автомобили, телевидение;

2) мнение жены: стиральные машины, ковры, мебель, кухня;

3) общее мнение: мебель для гостиной, проведение отпуска, выбор жилья, развлечения вне дома.

Индивид является членом многих социальных групп. Его положение в каждой из них можно охарактеризовать с точки зрения роли и статуса. Роль представляет собой набор действий, которых ожидают от индивида окружающие его лица.

Каждой роли присущ определенный статус, отражающий степень положительной оценки ее со стороны общества. Человек часто останавливает свой выбор на товарах, говорящих о его статусе в обществе. Так, президенты фирм ездят на автомобилях «Мерседес» или «Кадиллак», носят дорогие, прекрасно сшитые костюмы и пьют виски «Катти Сарк». Маркетологи понимают потенциальные возможности превращения товаров в символы статуса.

Проанализируем теперь факторы личного порядка. Среди них выделяют: внешние характеристики покупателя (возраст и этап жизненного цикла семьи), род занятий, экономическое положение, тип личности и представление о самом себе.

Существенное влияние на потребности оказывают возраст и этап жизненного цикла семьи. С возрастом происходят изменения в ассортименте и номенклатуре приобретаемых товаров и услуг. С годами меняются вкусы в отношении одежды, мебели, отдыха и развлечений. Характер потребления зависит и от этапа жизненного цикла семьи. Выделяют девять этапов жизненного цикла с указанием финансового положения и типичных товарных предпочтений семьи на каждом из них:

1) этап холостой жизни: молодые одиночки, живущие отдельно от родителей (финансовых обременений немного, модники, активный отдых, покупатели основного кухонного оборудования, основной мебели, автомобилей, принадлежностей брачных игр, путевок на отдых);

2) юные молодожены без детей (наивысшая интенсивность покупок, покупатели автомобилей, холодильников, кухонных плит, путевок на отдых);

3) «полное гнездо», 1-я стадия: младшему ребенку менее

6 лет (пик покупки жилья, недовольство своим финансовым положением, покупатели стиральных и моечных машин, сушилок, телевизоров, детского питания, лекарств, игрушек);

4) «полное гнездо», 2-я стадия: младшему ребенку более 6 лет (финансовое положение улучшилось, некоторые жены работают, покупатели разнообразных товаров, чистящих материалов, велосипедов, услуг учителей музыки, пианино);

5) «полное гнездо», 3-я стадия: пожилые супруги с детьми, находящимися на их попечении (финансовое положение стало еще лучше, работает большее число жен, некоторые дети устраиваются на работу, покупатели новой, более изящной мебели, участники автомобильных путешествий, покупатели лодок, зубоврачебных услуг, журналов);

6) «пустое гнездо», 1-я стадия: пожилые супруги, дети живут отдельно, глава семьи работает (наибольшее количество владельцев собственных жилищ, довольны своим финансовым положением и объемом сбережений, благотворительство, не интересуются новыми товарами, покупатели путевок на отдых, предметов роскоши, услуг и товаров по обустройству дома);

7) «пустое гнездо», 2-я стадия: пожилые супруги, дети живут отдельно, глава семьи на пенсии (резкое сокращение доходов, в основном сохраняют жилища, покупатели медицинских приборов, медицинских товаров);

8) вдовствующее лицо, работает (доход еще довольно высок, но дом уже склонны продать);

9) вдовствующее лицо, на пенсии (нужды в медицинском обслуживании как у пенсионеров, резкое сокращение доходов, острая нужда во внимании, привязанности и благополучии).

Род занятий потребителя оказывает влияние на характер приобретаемых товаров. Рабочий покупает рабочую одежду, рабочую обувь, коробки для завтрака, принадлежности для игры в кегли. Президент фирмы покупает дорогие синие костюмы из сержа, путешествует самолетом, имеет большую парусную шлюпку. Фирма может даже специализироваться на производстве товаров, нужных какой-то конкретной профессиональной группе.

Экономическое положение индивида в огромной мере сказывается на его товарном выборе. Оно определяется доходами, размерами сбережений и активов, кредитоспособностью. Маркетологи должны следить за изменением лич-

ных доходов. Если показатели говорят о спаде доходов, маркетологи указывают на необходимость сокращения производства.

Тип личности и представление о самом себе значительно влияют на спрос. Каждый человек, как личность, сугубо специфичен. Это оказывает влияние на его покупательное поведение. Тип личности проявляется в следующих чертах: уверенность в себе, влиятельность, независимость, непостоянство, почтительность, властолюбие, общительность, настороженность, привязанность, агрессивность, выдержанность, стремление к успеху, любовь к труду, приспособляемость.

Знание типа личности важно при анализе потребительского поведения. Например, пивная компания может установить, что многие активные потребители пива отличаются повышенной общительностью и агрессивностью. Это можно отразить в типах персонажей рекламы.

Проанализируем теперь факторы психологического порядка. *На покупательский выбор индивида оказывают влияние* также четыре основных фактора психологического порядка:

1) мотивация. Человек испытывает множество разных нужд. Одни из них являются биогенными (голод, жажда, дискомфорт), другие — психогенные (нужда в признании, уважении, духовной близости). Интенсивность их может быть различной. Нужда, достигшая высокого уровня интенсивности, становится мотивом. Удовлетворение нужды снижает испытываемую индивидом напряженность;

2) восприятие. Мотивированный человек готов к действию. Характер его действия зависит от того, как он воспринимает ситуацию. Одинаково мотивированные люди могут по-разному воспринимать ситуацию. Избирательное восприятие зависит от физических раздражителей (зрение, слух, обоняние, осязание). Основная трудность маркетолога заключается в том, чтобы объяснить, какие именно раздражители окажутся замеченными человеком. Индивид отсеивает большинство раздражителей, так как их очень много (в день у него проходит до 1500 рекламных объявлений). Рекламные объявления замечают скорее, если они крупнее по размерам и выполнены в цвете;

3) усвоение. Человек усваивает знания в процессе деятельности. Маркетологи считают усвоение результатом взаимодействия побуждений, сильных и слабых раздражителей, ответных реакций и подкрепления. В результате происходит усвоение информации и осуществляется покупка;

4) убеждения и отношения. Посредством действий и усвоения человек приобретает убеждения и отношения. А они в свою очередь влияют на его покупательное поведение. Убеждения и сложившиеся отношения к товарам трудно поддаются изменению. Поэтому фирме будет выгоднее вносить свои товары в рамки уже существующих отношений, чем пытаться их изменить. Существуют, конечно, и исключения, когда огромные затраты на изменение отношений могут окупиться сторицей. Фирма «Хонда» убедила, что «на мотоциклах "Хонда" ездят самые прекрасные люди». И многие в США изменили свое отношение к мотоциклам.

Рассмотрим вторую часть «черного ящика» (в сознании покупателя) — процесс принятия решения о покупке.

Потребитель на пути к принятию решения о покупке проходит пять этапов:

1) осознание проблемы. Процесс покупки начинается с того, что покупатель осознает проблему или нужду. Одна из обычных человеческих нужд — голод, жажда, секс — возрастает до порогового уровня и превращается в побуждение. По прошлому опыту человек знает, как справиться с этим побуждением, и его мотивация ориентируется в сторону класса объектов, которые способны удовлетворить возникшие потребности. Маркетологу здесь важно выяснить: какие именно ощутимые нужды или проблемы возникли, чем вызвано их возникновение, каким образом вывели они человека на конкретный товар;

2) поиск информации. Возбужденный потребитель может заняться, а может и не заняться поисками дополнительной информации. Если товар легкодоступен, то потребитель скорее всего его и купит. Если товара нет, то потребитель вынужден обратиться к поиску информации о нем. В поисках информации потребитель может обратиться к следующим источникам: личные источники (семья, друзья, соседи, знакомые); коммерческие источники (реклама, продавцы, дилеры, упаковка, выставка); общедоступные источники (средства массовой информации; организации, изучающие спрос); источники эмпирического опыта (осязание, изучение, использование товара). Маркетолог должен тщательно выявить источники информации, которыми пользуется по-

требитель, определить их сравнительную ценность. Надо знать, откуда и как информация поступила к потребителю;

3) оценка вариантов. Имеется несколько альтернативных марок товаров, из которых потребитель делает окончательный выбор. Вопрос заключается в том, почему он выбирает именно этот вариант товара. Для этого существует несколько причин: свойство товара, его качество; разная значимость свойств товара, которая актуальна для потребителя: образ марки, который потребитель создает себе при анализе набора убеждений о марках. Каждому свойству товара потребитель приписывает функцию полезности. От функции полезности зависит степень удовлетворенности каждым отдельным свойством. Отношение к альтернативным маркам у потребителя складывается в результате проведенной им оценки;

4) решение о покупке. Оценка вариантов товаров ведет к ранжированию марок в комплекте выбора. У потребителя формируется решение купить наиболее предпочтительный объект;

5) реакция на покупку. Купив товар, потребитель будет либо удовлетворен, либо неудовлетворен им. У него появится ряд реакций на покупку, которые представляют интерес для маркетолога. Реакция на покупку может быть следующей: а) удовлетворение покупкой (если товар соответствует ожиданиям потребителя, то потребитель удовлетворен; если превышает их, то потребитель весьма удовлетворен; если не соответствует им, то потребитель неудовлетворен); б) действия после покупки (если потребитель удовлетворен покупкой, то он купит товар и в следующий раз. Неудовлетворенный потребитель может отказаться от пользования товаром, возвратить его продавцу, направить фирме жалобу. Он перестанет приобретать данный товар в будущем. Фирма, не сумевшая удовлетворить клиента, что-то теряет); в) конечная судьба купленного товара (маркетолог должен знать, что потребитель сделает в конце концов с товаром его фирмы. Основные направления действий потребителей могут быть следующими: оставляют товар у себя — используют, как предполагалось, используют по-новому, хранят про запас; избавляются от товара на время — сдают в аренду или одалживают; избавляются от товара навсегда — отдают для использования или переработки, меняют на другой товар, продают потребителям или посредникам, выбрасывают).

Маркетолог должен изучить, как именно пользуются товаром и как избавляются от него, чтобы найти ответы на вероятные проблемы и вопросы.

В начале 60-х годов XX в. в США возникла организация потребителей или движение среди групп потребителей. Они стали предъявлять требования производителям и специалистам по маркетингу. Постепенно движение распространилось на многие страны, и сейчас его можно назвать интернациональным. Движение потребителей получило название консьюмеризм.

Консьюмеризм есть социально-экономическое движение, которое при поддержке законодательства и участии общества должно охранять права покупателя (потребителя) по отношению к производителю и продавцу. Назовем несколько причин возникновения консьюмеризма:

1) отношение потребителей к товарам стало более осознанным, в частности благодаря лучшему образованию;

2) предложение товаров и услуг стало таким большим, что потребителю уже невозможно ориентироваться в качестве отдельных товаров;

3) товары стали такими сложными, что обычные потребители не в состоянии понять, как они устроены и как они действуют.

В этой ситуации, по мнению представителей консьюмеризма, необходима улучшенная и более обширная информация о продуктах. Потребитель нуждается в защите от сомнительных продуктов и методов маркетинга.

28.6. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка

Любая фирма понимает, что ее товары не могут нравиться сразу всем покупателям. Покупателей слишком много, они отличаются друг от друга, широко разбросаны. Поэтому отдельным фирмам лучше всего сосредоточиться на обслуживании определенных частей, или сегментов, рынка. Каждая компания должна выявить наиболее привлекательные сегменты рынка, которые она в состоянии эффективно

обслужить. Фирмы не всегда придерживались этого правила. Их взгляды прошли через три этапа:

1) массовый маркетинг. В этом случае фирма занимается массовым производством, массовым распределением и массовым стимулированием сбыта одного и того же товара для всех покупателей сразу. Они пытались сформировать максимально большой потенциальный рынок;

2) товарно-дифференцированный маркетинг. В этом случае фирма производит два или несколько товаров с разными свойствами. Делалась попытка охватить несколько сегментов рынка и создать разнообразие покупателей;

3) целевой маркетинг. В этом случае фирма производит разграничение между сегментами рынка. Она выбирает из них один или несколько и разрабатывает товары и комплексы маркетинга для каждого из отобранных сегментов.

Сегодня фирмы все больше переходят к целевому маркетингу. Для каждого целевого рынка фирма разрабатывает нужный товар. Для этого варьируются цены, каналы распределения, рекламные усилия. Вместо «стрельбы из дробовика» (ружья) получается «стрельба из винтовки». Целевой маркетинг требует проведения трех основных мероприятий:

1) сегментирование рынка. Это разбивка рынка на четкие группы покупателей, где могут потребоваться отдельные товары и комплексы маркетинга;

2) выбор целевых сегментов рынка. Это оценка и отбор одного или нескольких сегментов рынка для выхода на них со своими товарами;

3) позиционирование товара на рынке. Это обеспечение товару конкурентного положения на рынке и разработки детального комплекса маркетинга.

Проанализируем сегментирование рынка. Рынки состоят из покупателей. А покупатели очень отличаются по потребностям, ресурсам, географическому положению, покупательским отношениям и привычкам. Любая из этих переменных может быть использована в качестве основы для сегментирования рынка. Необходимо выделить следующие принципы сегментирования потребительских рынков:

1) сегментирование по географическому принципу. Сегментирование по географическому принципу предполагает разбивку рынка на разные географические (территориальные) единицы: государства, регионы, округа, города, сельские районы. Фирма может принять решение действовать в

одном или нескольких географических районах, а может быть, и во всех районах, но с учетом различий и предпочтений, определяемых географией (территорией);

2) сегментирование по демографическому принципу. Сегментирование по демографическому принципу заключается в разбивке рынка на группы на основе таких демографических переменных: пол, возраст, численность семьи, этап жизненного цикла семьи, уровень доходов, род занятий, образование, религиозные убеждения, раса и национальность. Демографические переменные — самые важные факторы, служащие для разграничения и выявления групп потребностей;

3) сегментирование по психографическому принципу. При психографическом сегментировании подразделяют на группы по принадлежности к общественному классу, по образу жизни и типу личности. У представителей одной и той же демографической группы могут быть совершенно разные психографические профили. Например, может сложиться различный профиль типа личности: пьющий в компании, пьющий для восстановления тонуса, пьющий много, пьющий бесконтрольно;

4) сегментирование по поведенческому принципу. При этом потребителей делят на группы в зависимости от их знаний, отношений, характера использования товара и реакции на этот товар. Многие меркетологи считают поведенческие переменные важной основой для формирования сегментов рынка.

Охарактеризуем выбор целевых сегментов рынка. Сегментирование открывает возможности различных сегментов рынка, где предстоит продавать товар фирме. Фирме необходимо решить:

1) сколько сегментов рынка следует охватить;

2) как определить наиболее выгодные для себя сегменты.

Рассмотрим обе эти проблемы по очереди. Фирма может воспользоваться тремя стратегиями охвата рынка:

1) недифференцированный маркетинг. В этом случае фирма пренебрегает различиями в сегментах и обращается ко всему рынку сразу с одним и тем же предложением товаров. В этом случае фирма концентрирует усилия не на том, чем отличаются друг от друга нужды клиентов, а на том, что в этих нуждах общее. Она разрабатывает товар и маркетинговую политику, которые покажутся привлекательны-

ми возможно большему числу покупателей. Она полагается на методы массового распределения и массовой рекламы. Она стремится придать товару образ превосходства в сознании людей. Например, фирма предлагает одну марку шоколада в расчете на всех. Недифференцированный маркетинг экономичен;

2) дифференцированный маркетинг. В данном случае фирма решает выступить на нескольких сегментах рынка и разрабатывает для каждого из них отдельное предложение. Так, корпорация «Дженерал Моторс» стремится выпускать автомобили «для любых кошельков, любых целей, любых лиц»;

3) концентрированный маркетинг. В этом случае фирма не концентрирует усилия на небольшой доле большого рынка, а концентрирует их на большой доле одного или нескольких субрынков. Например, фирма «Фольксваген» сосредоточила свои усилия на рынке малолитражных автомобилей, другая — на рынке дорогих калькуляторов, третья — на рынке учебников. Благодаря концентрированному маркетингу фирма обеспечивает себе прочную рыночную позицию в обслуживаемых сегментах. Концентрированный маркетинг связан с повышенным уровнем риска. Избранный сегмент рынка может не оправдать надежд, как случилось, например, когда молодые женщины перестали покупать спортивные костюмы. И фирма «Бобби Брукс» потерпела большие убытки. Охватить несколько разных сегментов рынка предпочтительнее.

При выборе стратегии охвата рынка необходимо учитывать следующие факторы:

1) ресурсы фирмы. Если ресурсы фирмы ограничены, то рациональной оказывается стратегия концентрированного маркетинга;

2) степень однородности продукции. Для однообразных товаров (сталь, лимоны) подходит стратегия недифференцированного маркетинга. Для товаров, отличающихся конструкцией (фотокамеры, автомобили), больше подходит стратегия дифференцированного и концентрированного маркетинга;

3) этап жизненного цикла товара. При выходе фирмы на рынок с новым товаром целесообразно предлагать всего один вариант новинки. При этом наиболее целесообразно пользоваться стратегиями недифференцированного или концентрированного маркетинга;

4) степень однородности рынка. Если у покупателей одинаковые вкусы, они закупают одни и те же товары. При этом уместно использовать стратегию недифференцированного маркетинга;

5) маркетинговые стратегии конкурентов. Если конкуренты занимаются сегментированием рынка, применение стратегии недифференцированного маркетинга может оказаться гибельным. И наоборот, если конкуренты применяют недифференцированный маркетинг, фирма может получить выгоды от использования стратегий дифференцированного или концентрированного маркетинга.

Охарактеризуем теперь позиционирование товара на рынке. После того, как фирма решила, на каком сегменте рынка она будет выступать, фирма должна определить, как проникнуть в этот сегмент, т. е. как занять в нем свою позицию. Если сегмент уже устоялся, значит, в нем есть конкуренция. Более того, конкуренты уже заняли в рамках сегмента свои позиции. Поэтому фирме необходимо определить позиции всех имеющихся конкурентов. После этого фирма может избрать два пути вхождения в сегмент рынка:

1) позиционировать себя рядом с одним из существующих конкурентов и начать борьбу за долю рынка. Эта позиция для сильных деловых фирм, способных произвести конкурентоспособную продукцию;

2) разработать принципиально новую марку продукции (например, стиральной машины). Фирма завоюет свои позиции на рынке, поскольку конкурентов у нее нет.

Второе решение фирма может принять, если у нее есть в наличии:

1) технические возможности создания новой марки товара;

2) экономические возможности создания нового товара в рамках планируемого уровня цен;

3) достаточное число покупателей, предпочитающих новый товар.

Если все ответы окажутся положительными, значит, фирма отыскала «брешь» на рынке и должна принять меры к ее заполнению. Приняв решение о стратегии позиционирования, фирма может заняться детальной проработкой маркетинга. Фирма должна: а) разработать товар, превосходящий по своим качествам продукцию конкурента; б) подобрать розничных торговцев, славящихся своей репутацией

благодаря отличному обслуживанию; в) создать рекламу, привлекающую внимание покупателей.

Решив вопрос о позиционировании товара, фирма может приступить к детальному планированию комплекса маркетинга.

28.7. Методы распространения товаров

Решая вопросы распространения товаров, фирма сталкивается с тремя основными проблемами:

1) какова природа каналов распределения;

2) каковы направления и организация работы каналов распределения фирм; или каково управление каналом распределения;

3) какую роль играют решения об организации товародвижения для привлечения клиентов.

Раскроем природу каналов распределения. Большинство фирм предлагает свои товары рынку через посредников. Каждая из них стремится сформировать собственный канал распределения.

Канал распределения — это совокупность фирм или лиц (дилеров), которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю.

Зачем нужны посредники в канале распределения? Ведь это означает, что производитель в какой-то мере теряет контроль над тем, как и кому продают его товар. И тем не менее производители считают, что использование посредников приносит им определенные выгоды. У многих производителей не хватает финансовых ресурсов для осуществления прямого маркетинга. «Дженерал Моторс», например, продает свои автомобили с помощью 18 тыс. независимых дилеров. Даже такой корпорации было бы очень трудно выкупить все эти дилерские предприятия. Фирме гораздо легче работать через обширную сеть частных дистрибьютеров.

Канал распределения — это путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям. Члены канала распределения (фирмы, дилеры) выполняют ряд очень важных функций:

1) исследовательская работа (сбор информации, необходимой для планирования и облегчения обмена);

2) стимулирование сбыта (создание и распространение увещевательных коммуникаций о товаре);

3) установление контактов (налаживание и поддержание связи с потенциальными покупателями);

4) приспособление товара (подгонка товара под требования покупателя. Сюда относятся такие виды деятельности, как производство, сортировка, монтаж, упаковка);

5) проведение переговоров (попытки согласования цен и прочих условий для последующего осуществления акта передачи собственности или владения);

6) организация товародвижения (транспортировка и складирование товара);

7) финансирование (изыскание и использование средств для покрытия издержек по функционированию канала);

8) принятие риска (принятие на себя ответственности за функционирование канала).

Выполнение первых пяти функций способствует заключению сделок, а последних трех — завершению уже заключенных сделок.

Каналы распределения можно охарактеризовать по числу составляющих их уровней. Уровень канала распределения — это любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара к покупателю. Выделяют следующие уровни каналов распределения:

1) канал нулевого уровня, или канал прямого маркетинга. Он состоит из производителя, продающего товар непосредственно потребителям. Существуют три основные формы прямой продажи — торговля вразнос, посылочная торговля, торговля через принадлежащие производителю магазины;

2) одноуровневый канал включает в себя одного посредника. На потребительском рынке им является розничный торговец, на рынке промышленных товаров — это агент по сбыту или брокер;

3) двухуровневый канал включает в себя двух посредников. На потребительских рынках такими посредниками обычно становятся оптовый и розничный торговцы, на рынках товаров промышленного назначения ими могут быть промышленный дистрибьютер и дилеры;

4) трехуровневый канал включает в себя трех посредни-

ков. Например, в мясоперерабатывающей промышленности между оптовым и розничным торговцами обычно стоит мелкий оптовик. Здесь крупные оптовики, как правило, не обслуживают розничную торговлю.

Между участниками одного канала, а также между различными каналами могут наблюдаться

1) сотрудничество. Производители, оптовики и розничные торговцы помогают друг другу, и их сотрудничество обычно приносит всем больше прибыли, чем каждый из них мог бы заработать в отдельности,

2) конфликты. Фирмы одного уровня могут проводить агрессивную ценовую политику и рекламу, увеличивая свой сбыт. В конфликт могут вступить и представители разных уровней одного канала распределения Например наблюдался конфликт между «Дженерал Моторс» и ее дилерами когда корпорация потребовала выполнения своих установок в области технического обслуживания, ценообразования и рекламы;

3) конкуренция. Она возникает между фирмами и системами, пытающимися обслуживать одни и те же целевые рынки. Например, универмаги, магазины сниженных цен и предприятия розничной торговли, торгующие по каталогам, — конкуренты в борьбе за деньги покупателей электробытовых приборов.

Проанализируем теперь управление каналов распределения. Управление каналом распределения требует

1) отбора участников канала. Одни производители могут легко привлечь к работе квалифицированных посредников, другие, наоборот, делают это с трудом (к последним относятся, как правило, новые, небольшие фирмы).

2) мотивирования участников канала. Посредников нужно постоянно мотивировать на выполнение своих обязанностей наилучшим образом. Для этого производители прибегают к политике кнута и пряника. К положительным факторам мотивации относятся все более высокие скидки по рознице, сделки на льготных условиях, премии, зачеты за совместную рекламу и экспонирование товара, проведение конкурса продавцов. К негативным факторам мотивации со стороны производителей относятся угроза сократить скидки рознице, замедлить темпы поставок, вообще разорвать отношения. Наиболее прогрессивный метод деятельности — планирование распределения. В рамках службы маркетинга производитель

учреждает особый отдел, который называется отделом по планированию работы с дистрибьюторами. Этот отдел занимается выявлением нужд дистрибьюторов и разработкой программ стимулирования торговли;

3) оценки деятельности участников канала. Производитель должен периодически оценивать работу дистрибьюторов по таким показателям, как выполнение нормы сбыта, поддержание среднего уровня товарных запасов, оперативность доставки товара потребителям, отношение к поврежденным и пропавшим товарам, сотрудничество с фирмой в осуществлении программ стимулирования сбыта и учебных программ. Производители должны чутко относиться к своим дилерам. Тот, кто не проявляет к посредникам должного внимания, рискует потерять их поддержку и оказаться в противоречиях с законом.

Дадим теперь характеристику товародвижению как одной из важнейших составляющих распространения товаров.

Товародвижение — это деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их изготовления к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя.

Общий уровень затрат на организацию товародвижения в США достиг 13,6% суммы продажи для фирм-производителей и 25,6% — для фирм-посредников в продаже.

Целью товародвижения для многих фирм является обеспечение доставки нужных товаров в нужные места в нужное время с минимальными издержками. Основные издержки товародвижения складываются из расходов:

1) на обработку заказов (3%). При этом фирма должна ответить на вопрос: как следует работать с заказчиками? Товародвижение начинается с получения заказа от клиента. Отдел заказов готовит счета-фактуры и рассылает их различным подразделениям фирмы. Изделия, отсутствующие в наличии, записываются в задолженность. Отгружаемые изделия сопровождаются отгрузкой и платежной документацией;

2) на складирование товаров (26%). Любой фирме приходится хранить товар до момента его продажи. Фирмы пользуются складами длительного хранения, транзитными складами, автоматизированными складами (под контролем центральной ЭВМ);

3) на поддержание товарно-материальных запасов (10%). Деятелю рынка необходимо, чтобы фирма располагала запасами товара, достаточными для немедленного выполнения всех заказов клиентов. Однако поддерживать столь большие запасы для фирмы нерентабельно. Нужны оптимальные запасы;

4) на транспортировку товаров (46%). От выбора вида перевозки зависит и уровень цен, и сроки прибытия к местам назначения. Фирма может выбирать железнодорожный, водный, автомобильный, трубопроводный, воздушный виды транспорта. Отправителя интересует скорость и минимальные издержки транспорта. Наиболее выгодным и популярным является автомобильный транспорт;

5) на получение и отгрузку товаров (6%);

6) на упаковку (5%);

7) на административные расходы (4%).

Фирма координирует свою деятельность по организации товародвижения. Все больше фирм учреждают у себя постоянные комитеты, регулирующие товародвижение. Это обеспечивает высокую эффективность рынку при умеренных издержках.

28.8. Движение товарной массы и методы его ускорения. Реклама

Современный маркетинг требует гораздо большего, чем просто создать хороший товар, назначить на него привлекательную цену и обеспечить его доступность для потребителей. Фирмы должны еще осуществлять коммуникацию (связь) со своими заказчиками. Комплекс маркетинговых коммуникаций (его называют еще комплексом стимулирования) состоит из четырех основных средств воздействия:

1) реклама. Она представляет собой любую платную форму неличного представления и продвижения товаров, услуг и идей от имени известного спонсора;

2) стимулирование сбыта. К нему относятся кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара;

3) пропаганда. Она охватывает неоплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар или услугу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации, по радио, телевидению или со сцены;

4) личная продажа. Она заключается в устном представлении товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью свершения предварительной продажи.

Каждой из названных категорий присущи собственные специфические приемы коммуникации. К ним относятся: торговые презентации, экспозиции в местах продажи товара, реклама с помощью сувениров, специализированные выставки, ярмарки, демонстрации, каталоги, торгово-рекламная литература, рекламно-информационные подборки для прессы, плакаты, конкурсы, премии, купоны и зачетные талоны.

Комплекс стимулирования маркетинговых коммуникаций (ускорения движения товарной массы) предполагает ответ на два вопроса: из каких этапов состоит процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций? каким образом следует формировать комплекс стимулирования?

Деятелю рынка необходимо разбираться в том, как действует коммуникация, как движется товарная масса. Процесс этот включает в себя девять составляющих элементов:

1) отправитель — это сторона, посылающая обращение другой стороне;

2) кодирование — процесс представления мысли в символической форме;

3) обращение — набор символов, передаваемых отправителем;

4) средства распространения информации — каналы коммуникации, по которым обращение передается от отправителя к получателю;

5) расшифровка — процесс, в ходе которого получатель придает значение символом, переданным отправителем;

6) получатель — сторона, получающая обращение, переданное другой стороной;

7) ответная реакция — набор откликов получателя, возникших в результате контакта с обращением;

8) обратная связь — часть ответной реакции, которую получатель доводит до сведения отправителя;

9) помеха — появление в процессе коммуникации незапланированных вмешательств или искажений. В результате к получателю поступает обращение, отличное от того, что посылал отправитель.

Раздел 5. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Глава 29. МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО И ЕГО ЭВОЛЮЦИЯ

29.1. Возникновение и сущность системы мирового хозяйства

Система производственных отношений включает в себя не только экономические отношения, возникающие внутри отдельных стран, но и экономические отношения, возникающие на мировой арене.

Мировое хозяйство — это система международного разделения труда и экономических отношений отдельных национальных хозяйств друг с другом. Оно объединяет в одно целое все международные торгово-экономические, финансовые и научно-технические связи.

Основные черты и тенденции развития мирового хозяйства определяются объективными закономерностями функционирования общественного производства. Исторически формирование мирового хозяйства происходило на базе капиталистического способа производства. Причем это было не механическое соединение однотипных капиталистических стран, а такое их объединение, которое возникло на основе международного разделения труда. Мирового хозяйства рабовладельческого и феодального способов производства не существовало, хотя в это время и были однотипные государства в ряде районов земного шара. В это время государства были разобщены, основной формой хозяйства было натуральное хозяйство, не связанное с рынком. И только буржуазия впервые создала всемирную историю, сделала производство и потребление всех стран космополитическим, создала средства сообщения и мировой рынок, вследствие чего вместо национальной замкнутости наступила всесторонняя связь и всесторонняя зависимость наций друг от друга.

Международная торговля существовала еще в древние времена. Например, античная Греция и античный Рим вели торговлю с другими странами. Однако мировой рынок возник впервые при капитализме. В докапиталистических формациях торговля велась только между некоторыми племенами, народами и странами. При капитализме же международная торговля охватывает весь мир.

В настоящее время мировое хозяйство в основном предстает как мировая капиталистическая система хозяйства. На поверхности явлений в мировой капиталистической системе хозяйства проступают прежде всего рыночные связи, т. е. отношения международного обмена товарами, финансовыми средствами и коммерческими услугами. Становление мировой капиталистической системы хозяйства представляет собой естественноисторический процесс, в котором неразрывно переплетаются в международном масштабе закономерности развития капиталистического общественного производства и мирового капиталистического рынка.

Первостепенное значение производство приобретает уже у истоков зарождения мировой капиталистической системы хозяйства. Свою прогрессивную роль капиталистическое производство (по сравнению с феодальным) не могло выполнить до конца без интернационализации экономических отношений, без длительной борьбы за создание системы мирового хозяйства. Процесс становления мирового хозяйства развертывался по двум основным направлениям:

1) по линии развития капитализма вглубь, т. е. путем роста капиталистического производства в отдельных странах;

2) по линии развития капитализма вширь за счет распространения колониального, полуколониального и неоколониального господства горстки капиталистических стран.

Богатства, взятые в колониях, сыграли важную роль в первоначальном накоплении капитала в метрополиях. Для колониальных стран это означало часто прямое торможение их производительных сил.

Становление мирового хозяйства представляет собой исторически неизбежный процесс, который обусловлен

1) общественным характером крупного машинного производства;

2) сложившимся уровнем развития производительных сил, который требует хозяйственного объединения стран;

3) кооперацией труда на основе его рационального международного разделения.

Длительный процесс формирования мирового хозяйства завершился к началу XX в. Завершенность этого процесса характеризуется следующими чертами:

1) закончился территориальный раздел мира между развитыми капиталистическими державами;

2) международный товарообмен приобрел подлинно всемирный характер;

3) эпоха свободной конкуренции на мировом рынке сменилась господством монополий;

4) получило преобладающее развитие крупное машинное производство в основных странах капитализма;

5) господство финансового капитала в мировой экономике привело к ускорению темпов роста производительных сил;

6) одной из самых существенных черт мирового хозяйства стал вывоз капитала.

Интересным этапом эволюции мирового хозяйства было возникновение (1917 г.) и развитие)с 1950 г.) мировой системы социализма. Она включала международные связи во всех областях общественной жизни — в экономике, политике, идеологии, культуре.

Ее важнейшую часть составляла социалистическая система мирового хозяйства, которая представляла экономическую базу (основу) мировой системы социализма. Социалистическая система мирового хозяйства представляла собой совокупность независимых хозяйств социалистических стран, связанных между собой международным разделением труда.

Мировая система социализма объединяла 15 государств: Албанию, Болгарию, Венгрию, Вьетнам, Восточную Германию, Китай, Кубу, Северную Корею, Лаос, Монголию, Польшу, Румынию, СССР, Чехословакию, Югославию. Социалистический мир к концу 80-х годов занимал 35,6 млн. кв. км, или 26,2% всей территории Земли. На его долю приходилось примерно 31,8% населения планеты, около 40% продукции промышленности мира.

В начале 90-х годов мировая система социализма распалась и прекратила свое существование. Странами социализма остались Вьетнам, Китай, Северная Корея, Лаос, Куба.

Не стало и социалистической системы мирового хозяйства как составной части мирового хозяйства. В нем господствующей вновь стала мировая капиталистическая система хозяйства.

Эволюция современного мирового хозяйства в решающей степени обусловлена структурными сдвигами в сфере материального производства. На протяжении всей истории мирового хозяйства группа товаров, включающая промышленное сырье, топливо, первичные продовольственные товары, сохраняла преобладающее место в мировой торговле. В настоящее время первое место все более прочно начинают занимать изделия промышленности, вывозимые из индустриально развитых стран. В межвоенный период удельный вес промышленных изделий в общем экспорте мирового хозяйства составлял около 2/5, в середине 50-х годов — 1/2, в настоящее время — более 2/3.

Между государствами, монополиями и их союзами усиливается конкуренция, соперничество, борьба за рынки сбыта, источники сырья и сферы приложения капитала. Борьба за экономический раздел мирового хозяйства все более приобретает государственно-монополистический характер. Одновременно в рамках современного мирового хозяйства развивается капиталистическая интеграция. Интеграция решает следующие экономические задачи:

1) ускоряет ломку межгосударственных экономических перегородок;

2) содействует концентрации производства в международном масштабе;

3) поднимает на более высокую ступень обобществление производства.

Государственно-монополистический капитализм использует все средства для того, чтобы укрепить мировое хозяйство. В частности, осуществляется планирование, программирование, прогнозирование и регулирование капиталистической экономики в рамках мирового хозяйства. Характерная особенность регулирования экономики последних лет — это усиление действия капиталистических стран в сфере международных экономических связей. Но все же экономика капиталистических стран продолжает испытывать значительные циклические колебания и спады. Крупнейший в послевоенный период экономический кризис охватил стра-

ны капиталистического мира к середине 70-х годов XX в. Он развернулся в условиях бурного роста инфляции, резкого обострения энергетических, сырьевых, валютно-финансовых противоречий мировой капиталистической системы хозяйства.

29.2. Сущность международного разделения труда. Интернационализация производства

Разделение труда существует в рамках не только национального общественного производства, но в масштабах мирового хозяйства.

Международное разделение труда — это высшая ступень развития общественного территориального разделения труда. Она опирается на специализацию производства отдельных стран на определенных видах продукции, которыми эти страны обмениваются. Глубина международного разделения труда определяется степенью развития производительных сил мирового хозяйства. Характер и его формы обусловливаются производственными отношениями, господствующими в странах-участницах.

Международное разделение труда образует объективную основу мирового хозяйства и мирового рынка.

Международное разделение труда имеет многовековую историю. В докапиталистических формациях в силу господства натурального хозяйства, неразвитости товарно-денежных отношений существовали только элементы международного разделения труда. Они определялись естественными различиями природных условий отдельных стран, обмен между ними ограничивался продуктами, не производящимися в другой стране (отсюда появились так называемые колониальные товары).

Появление развитых форм международного разделения труда происходит в эпоху промышленного капитализма. Крупное машинное производство ведет к углублению дифференциации производства, развитию специализации и кооперации. Эти процессы выходят за национальные границы.

Развитие международного разделения труда было обусловлено следующими процессами:

1) ростом потребностей промышленных стран в огромных массах сырья. Оно или добывалось (ископаемое сырье), или производилось (с.-х. сырье) в странах, где были для этого необходимые условия;

2) повышением спроса на продовольствие. Собственное сельскохозяйственное производство промышленных стран не удовлетворяло потребности быстро растущих городов. К тому же эти города отвлекали значительную часть населения от занятий сельским хозяйством;

3) резким увеличением выпуска промышленной продукции. Машинная индустрия — это массовое производство. Она переросла национальные рамки и начала поставлять свою продукцию в самые различные страны в обмен на сырье и продовольствие.

Международное разделение труда имеет важное экономическое значение. Оно способствует:

1) дальнейшему прогрессивному развитию производительных сил;

2) росту производительности труда в мировом масштабе;

3) развитию концентрации производства и его специализации;

4) возникновению и усилению эксплуатации одних стран другими. Промышленно развитые страны могут получать дешевое сырье и недорогую рабочую силу из менее развитых стран и особенно за счет отсталых стран.

Международное разделение труда осуществляется в острой конкурентной борьбе между различными странами. В связи с этим то одна, то другая страна выходит вперед, оттесняя другие страны. На конкурентоспособность страны на международной арене влияет ряд факторов:

1) технический уровень национального производства и его организация;

2) квалификация рабочей силы в стране;

3) состояние научных исследований;

4) меры, предпринимаемые государством, по финансированию экспорта;

5) государственная политика по защите внутреннего рынка от притока извне более конкурентоспособных товаров (система протекционизма). Тем самым создаются более благоприятные условия для развития национального производства. В противном случае национальное производство, не выдерживая конкуренции, разоряется и страна превращает-

ся в аграрно-сырьевой придаток более развитых государств.

Несовершенство международного разделения труда проявляется в том, что:

с одной стороны, образуется узкая группа стран, развитых в промышленном отношении. В этих странах возникает комплекс взаимосвязанных отраслей;

с другой стороны, большая группа стран превращается в аграрно-сырьевые придатки первых стран. Их экономика специализируется на производстве одного-двух сельскохозяйственных или сырьевых товаров. Однобокая специализация отдельных стран служит тормозом экономического роста, способствует ограблению этих стран с помощью неэквивалентного обмена.

Международному разделению труда присущи следующие принципы:

1) правильный учет пропорций экономического развития отдельных стран и мирового хозяйства в целом;

2) обеспечение высокой эффективности разделения труда, выражающейся в быстрых темпах роста производства в каждой стране при минимальных затратах;

3) сочетание международной специализации и комплексного развития экономики отдельных стран при наиболее полном использовании экономических, трудовых и природных ресурсов;

4) ориентация на преодоление исторически сложившихся различий в уровнях экономического развития отдельных стран.

Углубляется международное разделение труда между развитыми странами. Оно вызвано дальнейшим ростом масштабов производства, увеличением номенклатуры выпускаемой продукции. Разделение труда между развитыми странами происходит путем углубления внутриотраслевой специализации. Этому способствует:

1) рост миграции капитала между странами;

2) образование гигантских международных трестов. Они развивают специализацию и кооперацию между своими предприятиями в разных странах мира;

3) распространение соглашений о межфирменной специализации и кооперации производства разных стран;

4) развитие интернациональных группировок развитых стран, например, ЕС (европейское сообщество).

Развитие международного разделения труда экономически связывает между собой различные страны, ведет к интернационализации производства.

Интернационализация производства представляет установление устойчивых производственных связей между предприятиями различных стран. Вследствие этого производственный процесс в одной стране становится частью процесса, протекающего в интернациональном или мировом масштабе. Интернационализация производства приводит к тому, что на разных этапах изготовления конечного продукта участвуют предприятия многих стран мира.

Интернационализация производства — это объективный процесс, предполагающий высокую ступень обобществления производства и являющийся следствием углубления международной специализации и разделения труда.

В узком смысле слова интернационализация производства — это процесс развития международных связей в процессе функционирования производительных сил. В широком смысле слова — это процесс интернационализации всей экономической жизни, производительных сил и производственных отношений. Интернационализация составляет объективную основу развития всех форм международных экономических отношений.

29.3. Формирование мировой инфраструктуры. Формы научно-технического обмена

Инфраструктура (от лат. *infra* — ниже, под; *structura* — строение, расположение) — это комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное и сельскохозяйственное производство. Сюда относится: строительство шоссейных дорог, каналов, водохранилищ, портов, мостов, аэродромов, складов; энергетическое хозяйство; железнодорожный транспорт; связь; водоснабжение и канализация; общее и профессиональное образование; расходы на науку; затраты на здравоохранение.

Термин «инфраструктура» появился в экономической литературе в конце 40-х годов XX в. Он заимствован из военного лексикона, где обозначает комплекс сооружений, обеспечивающих действия вооруженных сил (склады военных

материалов, аэродромы, радиолокационные посты, полигоны, площадки для запуска ракет и т. п.). В НАТО создан специальный комитет по инфраструктуре.

Экономическая наука подразделяет инфраструктуру на две группы: производственную и социальную. В первую группу включаются отрасли инфраструктуры, непосредственно обслуживающие материальное производство: железные и шоссейные дороги, водоснабжение, канализация, связь и др. Во вторую группу включаются отрасли, косвенно связанные с процессом производства: общее и профессиональное образование, здравоохранение, культура, жилищно-коммунальное хозяйство и т. п.

Характерной чертой инфраструктуры отраслей является их двойственный характер:

во-первых, без развития этих отраслей резко снижается эффективность функционирования промышленных и сельскохозяйственных предприятий. В условиях научно-технической революции четко обнаруживается прямая зависимость темпов роста производства и его эффективности от развития инфраструктуры;

во-вторых, предприятия инфраструктуры, как правило, не приносят быстрой отдачи и прибыли тому, кто осуществляет в них капиталовложения. Однако ее развитие увеличивает прибыль в промышленности и сельском хозяйстве.

Чем выше развитие производительных сил, тем больших капиталовложений требует инфраструктура. Ее укрепление и развитие является важным фактором, определяющим успех страны в конкурентной борьбе на мировом рынке. В условиях государственно-монополистического капитализма стало возможным переложить финансирование инфраструктуры на государственный бюджет. В современных условиях на это требуются огромные капиталовложения.

Однако не только этот процесс способствовал переходу в государственную собственность отраслей инфраструктуры. К этому привел прежде всего процесс обобществления. А инфраструктура по своей природе требует общественного регулирования. Эта необходимость наступает прежде всего для таких крупных средств сообщения, как почта, телеграф и железные дороги.

Сосредоточение отраслей инфраструктуры в руках государства отвечает также интересам обороны страны. Создание стратегических автострад, единое управление средствами железнодорожного транспорта и связи, подготовка военных кадров, развитие науки в военных целях — все это обусловливает переход этих отраслей под контроль государства.

Современный мощный комплекс мировой инфраструктуры указывает на то, что частный сектор не в состоянии с ним справиться в финансовом отношении. В 50—60-х годах в США и ФРГ появились плановые разработки отраслей инфраструктуры на 10 и 25 лет. Эти расчеты выполняются и в настоящее время. Здесь приводится обоснование влияния развития инфраструктуры на темпы промышленного роста, т.е. обосновываются пропорции между инфраструктурой и другими отраслями макроэкономики.

Важнейшую роль в современном развитии мировой инфраструктуры играет научно-технический обмен. Например, в рамках Европейского сообщества (ЕС) выработана совместная научно-техническая и технологическая политика, в которой определены следующие основные задачи:

1) создание на уровне ЕС научно-технической инфраструктуры как важного этапа на пути к европейскому «технологическому сообществу». Это необходимое условие укрепления конкурентных позиций ЕС в мировой экономике;

2) стимулирование распространения и внедрения результатов НИОКР в производство. Это осуществляется с целью структурной и организационной перестройки западноевропейской экономики и приведения ее в соответствие с требованиями нынешнего этапа НТР;

3) укрепление промышленной базы ЕС посредством интенсивного научно-технического сотрудничества. Сюда относится заключение межфирменных соглашений и переносится заключение межфирменных соглашений и перегруппировок в рамках ЕС.

Страны—члены ЕС разрабатывают научно-технические программы и проекты. Это способствует интернационализации современного научно-технического прогресса. Расширяя научно-техническое сотрудничество, ЕС (Бельгия, Великобритания, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Франция, Германия) стремится достичь в этой области эффективности, которая соответствовала бы глобализации конкуренции.

Острое конкурентное противоборство между странами происходит в наукоемких отраслях. Их в ЕС называют отраслями будущего. В этой области ЕС не ограничивается

только региональными рамками. Оно подключает к реализации научно-технических программ другие западноевропейские страны. К тому же страны—члены ЕС в условиях мирового хозяйства сталкиваются с острой конкуренцией со стороны американских и японских фирм.

К началу 80-х годов обнаружилось отставание ЕС в области НИОКР от Японии, Южной Кореи и США. Это заставило страны-члены ЕС интенсифицировать научно-техническое сотрудничество. В числе главных факторов серьезного отставания ЕС в «планетарных научно-технических битвах» отмечались:

1) разобщенность исследовательской сферы, распыление средств и «научно-технический шовинизм». Каждая страна старалась развивать собственные исследовательские программы, которые часто дублировали программы стран-партнеров;

2) отсутствие необходимой конкуренции между исследователями;

3) относительная неразвитость отношений между университетами, исследовательскими центрами и предприятиями. Это мешало распространению результатов НИОКР;

4) замкнутость и недостаточная емкость рынков стран-членов ЕС;

5) слабое развитие рискокапиталов. Венчурное финансирование НИОКР было плохо развито;

6) различия национальных стандартов и норм;

7) консерватизм европейских предпринимателей, «проглядевших» новый этап НТП и запоздавших со структурной перестройкой промышленности;

8) государственный бюрократизм, помешавший вовремя разработать широкомасштабные международные программы стимулирования НИОКР.

В ЕС была разработана вторая программа деятельности в области НИОКР и технологий на 1987—1991 гг. В ней сформулированы общие цели исследований, определены финансовые средства и их распределение между основными направлениями. В программе были выделены следующие направления: разработка сельскохозяйственных и сырьевых ресурсов (2%); развитие энергетики (21%); конкурентоспособность промышленности (60%); качество жизни (7,5%); проблемы развивающихся стран (1,5%); общая поддержка научно-технического развития (8%).

В 1989 г. была разработана третья пятилетняя программа деятельности в области НИОКР и технологии на 1990—1994 гг. Расходы на нее составили 11 млрд. экю, что почти на 70% больше расходов по предыдущей программе. Выделяют следующие совместные программы научно-технического сотрудничества стран ЕС:

1) ЭСПРИТ: исследования в информационной технологии;

3) РАСЕ: развитие технологий в области телекоммуникаций;

4) БРИТЕ: разработка и внедрение новых технологий в обрабатывающую промышленность;

4) ЭРАМ: разработка новых композиционных материалов;

5) БЭП/БАП: биотехнология для промышленности и сельского хозяйства;

6) ЭРАСМУС: международный обмен студентами;

7) ДЕЛТА: совершенствование школьного и профессионального образования;

8) КОМЕТТ: сотрудничество университетов и промышленности в подготовке специалистов в области новейшей технологии;

9) ДРИВЕ: новейшие системы безопасности транспорта;

10) СПРИНТ: стимулирование нововведений на предприятиях и передачи технологии;

11) БРЕЙН: разработка искусственного интеллекта и ЭВМ нового поколения;

12) СТАР: развитие сети телекоммуникаций в отсталых районах;

13) БКР: совместимость технических измерений для разработки европейских стандартов и норм;

14) «Сайенс»: междисциплинарные исследования, международное сотрудничество ученых;

15) «Эротра»: проблемы автоматического перевода языков стран—членов ЕС;

16) СПЭС: сотрудничество в области экономических исследований.

Научно-технические программы вместе с тем служат одним из факторов проникновения на рынок ЕС американских и японских компаний. Эти компании стремятся получить доступ к государственному финансированию НИОКР. Например, США создали в Кембридже свой исследовательский центр, чтобы включиться в проект разработки искусственного интеллекта в рамках программы ЭСПРИТ.

29.4. Международная миграция рабочей силы

Миграция рабочей силы — это перемещение, переселение трудоспособного населения как в пределах одной страны (внутренняя миграция рабочей силы), так и из одной страны в другую (международная миграция рабочей силы). Процесс миграции рабочей силы вызывается изменениями в размещении производства и условиях существования людей.

Миграция рабочей силы является важной составной частью миграции населения. Последняя категория имеет более широкое содержание.

Миграция населения — это перемещение людей через границы определенных территорий в связи со сменой постоянного места жительства, либо с возвращением к нему.

Все перемещения относительно каждой территории слагаются из потоков выбытой (эмиграция) и прибытой (иммиграция). Разница между этими потоками дает объем чистой миграции, их сумма — объем валовой миграции.

Наряду с миграцией всего населения рассматривают миграцию отдельных его групп — социальных, этнических, поло-возрастных и т. п. Это так называемая дифференциальная миграция.

Различают внешнюю и внутреннюю миграцию населения. Внешняя миграция населения связана с пересечением государственной границы и делится на межконтинентальную и внутриконтинентальную. К внутриконтинентальной относятся перемещения внутри одной страны между административными или экономическими районами, населенными пунктами и т. д.

Наиболее крупные межконтинентальные миграции населения были связаны с массовым переселением европейцев за океан в XIX — XX вв. Наивысшего размаха миграция населения достигла в начале XX в., когда из Европы эмигрировало свыше 9 млн. человек. В годы первой мировой войны она была прервана, а затем возобновилась в значительно меньших масштабах: 9 млн. человек за 1918—1939 гг. Вторая мировая война (1939—1945 гг.) вновь прервала межконтинентальную миграцию населения из Европы. После окончания войны она оживилась, а затем пошла на убыль.

Масштабы внутриконтинентальной миграции, наоборот, растут. Наиболее значительные внутриконтинентальные миграции населения происходят между капиталистическими странами Европы. Например, во Франции насчитывается около 2,7 млн. иностранцев, в Германии — около 3,5 млн., в Швейцарии — около 1 млн. иностранцев. Из Италии, наоборот, ежегодно выезжает в другие европейские страны несколько сот тысяч человек. Выезжает и из России ежегодно от 0,5 млн. до 1,0 млн. человек. Развивается миграция между странами Латинской Америки, Африки.

Важнейшими странами иммиграции в современном мире являются США, Канада, Австралия, в меньшей мере Бразилия, Аргентина, Венесуэла, Израиль, Германия, Франция. Среди стран эмиграции выделяются в первую очередь Италия, Испания, Россия. В развитых странах велики также масштабы внутренней миграции населения.

В России внутренняя миграция населения в крупных масштабах получила развитие с начала 30-х годов. О размахе миграционных процессов можно, в частности, судить по изменению соотношения между городским и сельским населением: доля городского населения увеличилась с 18% в 1913 г. до 60% в настоящее время. При этом городское население непосредственно за счет миграции выросло на 60 млн. человек.

В зависимости от долговременности каждого перемещения миграция населения делится:

1) на постоянную, или безвозвратную. Безвозвратный характер обычно имеет межконтинентальная миграция, миграция из села в город;

2) на временную. Многие внутриконтинентальные миграции населения, внутренние миграции в удаленные районы, как правило, носят временный характер;

3) на сезонную. К ней относятся ежегодные поездки на заработки, кочевая миграция;

4) на маятниковую. Сюда относятся ежегодные поездки к месту работы за пределы своего населенного пункта.

Отнесение кочевой и маятниковой миграции к миграции населения иногда оспаривается в экономической литературе.

Начиная с древнейших времен миграции населения нередко выливались в форму завоевательных походов. Они играли огромную роль в истории человечества, в его расселении по земному шару, в образовании рас и народов. В настоящее время миграции населения — это широко распространенное общественное явление. Оно занимает важное место в системе социально-экономических отношений.

Главными причинами миграции населения являются:

1) экономические. Основная масса переселений осуществляется в поисках работы, более высоких доходов. Особенно характерны переселения из-за неустойчивости экономики страны и безработицы;

2) социальные. Иммигранты в развитых странах попадают в лучшие условия труда, социальной сферы и быта;

3) политические. Здесь необходимо отметить бегство от политических преследований, расовой, религиозной и национальной дискриминации, репатриацию в связи с изменением политических условий и государственных границ (возвращение в свою страну из-за границы);

4) военные. Сюда относится эвакуация и реэвакуация населения.

Последствия миграции населения оказываются двоякими. С одной стороны, миграция населения:

— обеспечивает территориальное перераспределение населения и трудовых ресурсов в соответствии с потребностями общества;

— делает возможным освоение новых районов;

— сосредоточивает огромные массы населения (в том числе наиболее активного, деятельного и энергичного) в экономически важных центрах;

— способствует изменению экономического, социального и культурного положения людей;

— способствует разрушению рутинных традиционных форм жизни.

С другой стороны, миграция населения:

— может приводить, если она не регулируется, к чрезмерно быстрому росту крупных городов;

— может способствовать обезлюдению села, постарению и феминизации его населения;

— порождает проблемы, связанные со сложностью приспособления мигрантов к новым экономическим, социальным, культурным, а иногда и природным условиям.

Перечисленные отрицательные моменты миграции населения абсолютно неустранимы. Их можно только ослабить и придать процессу миграции населения более рациональный характер. В связи с этим государство проводит определенную миграционную политику, направленную на регулирование как внешней, так и внутренней миграции населения. В этой политике можно выделить следующие направления:

— поощрение репатриации населения, эмигрировавшего в прошлом;

— поощрение переселений в развиваемые районы;

— сдерживание миграции в крупные города;

— поощрение или ограничение иммиграции в зависимости от положения на рынке рабочей силы;

— установление иммиграционных квот.

Международная миграция рабочей силы имеет определенное экономическое и социальное значение:

во-первых, иммиграция пополняет активную рабочую армию. В этом случае иммигранты получают применение своей рабочей силы в отраслях макроэкономики;

во-вторых, иммиграция пополняет в развитых странах промышленную резервную армию рабочих. В этом случае иммигранты не находят себе работы и оказываются в рядах армии безработных;

в-третьих, иммиграция служит одним из средств обеспечения монопольной прибыли. Дело в том, что иммиграция поставляет монополиям не просто рабочую силу, а дешевую рабочую силу. Например, в США широко применяется дискриминация в соотношении рабочих-иммигрантов: мексиканцев, пуэрториканцев и других. Они получают самую низкую заработную плату, беспощадно эксплуатируются, создавая для монополий огромные прибыли;

в-четвертых, иммиграция в развитые страны оказывает понижающее влияние на уровень заработной платы. Иммигранты конкурируют с местными рабочими, сбивая их оплату труда. Иммигранты заняты обычно на неквалифицированных работах, хуже оплачиваются, не пользуются равными правами с местным населением. Это вносит раскол в рабочее и профсоюзное движение. Интересы местных рабочих, получающих более высокую заработную плату, противопоставляются интересам иммигрантов, которые вынуждены работать за бесценок и ютиться в трущобах.

29.5. Национальные и интернациональные факторы мирового экономического развития. Противоречия международных экономических взаимосвязей

С образованием системы мирового хозяйства производственные отношения приняли международный характер. В этой связи следует различать производственные отношения, господствующие внутри каждой страны, и международные

производственные отношения между странами. Различия между ними следует определить как первичные и вторичные.

Первичными являются внутригосударственные (национальные) производственные отношения. Они основываются на различных формах национально-государственной собственности на средства производства. Вторичными являются международные (интернациональные) производственные отношения. Это связано с тем, что они не основываются на единой международной собственности. Такой собственности в развитых формах пока нет. Отсюда следует ряд важных выводов:

1) поскольку нет единой международной собственности на средства производства, аналогичной национальной, то нет и не может быть единого производства и единого распределения материальных благ;

2) производство отдельных стран не может поэтому развиваться по единому индикативному плану, возможно только согласование направлений экономического развития между странами;

3) господствующее положение занимает национальная собственность на средства производства, а не интернациональная собственность, которая только зарождается (например, в рамках ЕС);

4) все это исключает свободный перелив материальных и финансовых ресурсов из одной страны в другую (как, для сравнения, это происходит между отраслями и предприятиями внутри страны) и вызывает необходимость строгого эквивалентного рыночного обмена между странами.

При совпадении основных интересов между странами не исключается возможность разногласий между ними и противоречий по отдельным экономическим вопросам. Это обусловливается тем, что отдельные страны, приступив к интернационализации экономики, имеют неодинаковый уровень развития производительных сил, а именно:

1) различный технический и технологический уровень производства;

2) различный культурно-технический уровень и квалификацию рабочей силы;

3) неодинаковые природные и финансовые ресурсы;

4) национальные и этнические различия.

Все это порождает различия экономических подходов к решению перспективных вопросов, неодинаковые стимулы со-

циально-экономического развития, экономические противоречия в области международных связей.

Теоретический анализ показывает, что основным внутренним противоречием мирового хозяйства является противоречие между растущей интернационализацией производительных сил и национальным уровнем производства в отдельных странах. Если сказать кратко — это противоречие между национальными и интернациональными факторами экономического развития.

Таким образом, мировое хозяйство имеет две тенденции развития — национальную и интернациональную. Первая ведет к укреплению национальных хозяйств. Другая — к развитию интернациональных экономических связей. Обе тенденции представляют две стороны единого процесса формирования системы мирового хозяйства. Они представляют единство противоположностей, дополняет друг друга и вместе с тем находятся в известном противоречии.

Противоречия международных экономических взаимосвязей могут быть двух видов:

1) неантагонистические. Такие противоречия устраняются путем взаимной договоренности, разрешаются путем учета взаимных выгод и интересов;

2) антагонистические. Они возникают там, где допускается отход от объективных тенденций развития мирового хозяйства. Это может привести к разрыву экономических взаимосвязей, к экономическим санкциям, торговым войнам.

В современных условиях интернационализация производства испытывает влияние различных факторов. Наиболее важными из них являются следующие:

1) на процесс интернационализации производства большое влияние оказывает научно-техническая революция. В пределах национального хозяйства даже крупной страны невозможно наладить выпуск всей современной промышленной продукции. Номенклатура промышленной продукции значительно увеличилась благодаря развитию новейших отраслей (атомная промышленность, электроника, производство синтетических материалов и т. д.). Поэтому активизируются процессы международной специализации промышленно развитых стран;

2) развитие международной специализации. Первоначально она исключительно развивалась как межотраслевая, например, специализация многих стран Азии, Африки и Ла-

тинской Америки на производство минерального и сельскохозяйственного сырья, а также некоторых видов продовольствия. Дальнейшее углубление интернационализации производства связано с развитием внутриотраслевой специализации. Одним из ее направлений является предметная специализация, когда определенные виды продукции производятся в той или иной стране. В частности, существует специализация фирм США, Великобритании, Германии, Японии на производстве некоторых видов оборудования, синтетических материалов, тракторов разной мощности (и отсюда — соответствующий экспорт). Более тесные связи возникают между странами на базе подетальной специализации, которая представляет направление внутриотраслевой специализации. Это специализация заводов отдельных стран на выпуске комплектующих изделий, узлов или деталей (производство автомобилей, тракторов, радиоаппаратуры, двигателей, электрооборудования, коробок передач, подшипников, приборов и др.). Развивается в международном масштабе и технологическая специализация, при которой предприятия выполняют определенные виды работ (сюда относится изготовление на внешний рынок поковок, литья, штампов, заготовок и т. п.). Различные формы этой специализации получают развитие в связи с расширением как производственной кооперации (внутри международных промышленных компаний), так и с ростом международной производственной кооперации (между предприятиями разных компаний). Чем более глубокий характер принимает международная специализация и производственная кооперация между заводами разных стран, тем более интернациональным становится характер производственного процесса;

3) интернационализация научных и технических исследований. Современные научные изыскания требуют огромных вложений. Они не под силу даже отдельным крупным фирмам. Компании отдельных стран объединяются для проведения научных и проектных работ. Кроме того, происходит специализация отдельных стран на определенных видах научных исследований. Научная специализация страны тесно связана с ее производственной специализацией. Развивается международная торговля патентами и лицензиями как форма обмена научно-технической информацией отдельных стран;

4) развитие международного транспорта как фактора интернационализации производства. Международная специализация может быть эффективной только при условии эффективной транспортировки изделий из одних стран в другие. Поэтому для усиления интернационализации производства важен технический прогресс на транспорте, создание разветвленной международной транспортной сети, рост ее пропускной способности. Так, тоннаж морского флота мира возрос с 1948 по 1992 г. более чем в 5 раз;

5) интернационализация капитала как фактор интернационализации производства. Это процесс переплетения и объединения национальных капиталов, проявляющийся как в создании хозяйственных объектов в других странах, так и в развитии наднациональных связей между странами. Погоня за прибылью толкает национальный капитал в различные страны мира. Интернационализация капитала способствует углублению интернационализации производства. Интернационализация капитала ведет к еще большей монополизации производства в мире. Поэтому важную роль в интернационализации капитала играют вывоз капитала и образование международных монополий. Они делят между собой мир на сферы экономического влияния. Экспорт капитала, особенно в предпринимательской форме, осуществляется почти исключительно крупнейшими корпорациями. Создавая свои филиалы или дочерние компании в зарубежных странах, эти корпорации подчиняют себе производство определенных товаров. Из национальных эти компании превращаются в транснациональные. Капитал, оставаясь национальным по принадлежности, превращается в международный по сфере своих интересов и характеру применения. В руках транснациональных монополий оказывается значительная часть мирового производства товаров данного вида. Примером может служить автомобильная промышленность. В конце 60-х годов даже крупнейшие американские автомобильные компании «Дженерал моторс» и «Форд мотор» концентрировали 80% производства автомобилей в США, около 40% их производства в Великобритании, около 30% в Германии, бóльшую часть производства в Канаде. Кроме того, они имели отдельные автомобильные заводы в Японии, Бельгии, Австралии, Аргентине, Венесуэле и других странах. На предприятиях, принадлежащих этим двум компаниям, производилось свыше 60% всех автомобилей в мире;

6) развитие международной торговли как фактор интернационализации производства. В настоящее время существенно возросла зависимость экономики большинства

стран от внешнего рынка. Об этом свидетельствует повышение доли национальной продукции, идущей на экспорт. Темпы роста международной торговли опережают темпы роста промышленного производства (связь производства и обмена);

7) развитие интеграционных процессов. Это наиболее яркое проявление интернационализации производства. Появилось большое число международных экономических организаций как в сфере производства, транспорта, связи, так и в сфере международной торговли и финансов. Интеграция — это новейшая форма интернационализации хозяйственной жизни различных стран, выражающаяся в органическом сочетании двух процессов: а) взаимного переплетения фирм различных стран, б) проведения согласованной государственной политики между странами.

Интеграция — это высшая ступень обобществления производства (на данном историческом этапе), которая обусловлена гигантски выросшими производительными силами, переросшими национальные границы. Интегрирующиеся страны договариваются: а) об отмене таможенных пошлин во взаимной торговле; б) о совместной торговой политике по отношению к третьим странам; в) об унификации государственной экономической политики.

Интеграционные объединения созданы в разных частях мира. Но наиболее мощные и имеющие особенно важное международное значение были образованы в Западной Европе. Это — Европейское экономическое сообщество или «Общий рынок» (сейчас — ЕС) и Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ). Возникновение в 1958 г. ЕЭС и в 1960 г. ЕАСТ находится в непосредственной связи с новейшей экономической историей Европы. Вместе с тем интеграция не исключает противоречий между странами. Ответом США на «коллективный автаркизм» ЕС явились попытки привязать ЕС к более широким объединениям, таким как Генеральное соглашение о тарифах и торговле (ГАТТ). С его помощью США пытаются добиться у ЕС уступок в области таможенных тарифов.

Параллельно с ЕС ряд развивающихся стран создали свои интеграционные объединения: в Латинской Америке — Центрально-американский общий рынок (ЦАОР), Латиноамериканская ассоциация свободной торговли (ЛАСТ); в Африке — таможенный и экономический союз Центральной Африки, Восточноафриканское сообщество. Логика мирового развития экономики подводит эти организации к необходимости занять патриотические (антиимпериалистические) позиции.

Таким образом, интернационализация производства выполняет ряд функций:

— интенсифицирует все формы международных хозяйственных связей;

— ведет к установлению более тесных хозяйственных связей между странами;

— формирует мировой производственный организм, который лежит в основе функционирования мирового хозяйства;

— способствует росту производительности труда, экономии труда в мировом масштабе;

— ведет к распространению по всему миру достижений науки и техники, полученных в отдельных странах. Куплята продажа лицензий, патентов, «ноу-хау» (конкурентная борьба);

— порождает тенденцию к выравниванию условий производства в разных странах, уровня производительности труда, издержек производства, нормы прибыли (через интеграцию).

Тем не менее национальное хозяйство не растворяется в интернациональном производственном единстве. Существенные различия в уровнях издержек производства и производительности труда в национальной экономике различных стран сохраняются.

29.6. Включение российской экономики в систему мирового хозяйства

В современной России выработана стратегия внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Она направлена на:

1) восстановление и развитие экспортного потенциала России и улучшение структуры экспорта;

2) рационализацию импорта;

3) повышение конкурентоспособности продукции российских предприятий на мировом рынке;

4) преодоление неплатежеспособности страны;

5) улучшение положения России в системе международного разделения труда;

6) расширение рынков сбыта российской продукции;

7) достижение устойчивого экономического роста и повышение благосостояния населения.

Осуществление перечисленных целей внешнеэкономической деятельности России затруднено рядом неблагоприятных факторов:

1) неконкурентоспособностью продукции большей части отраслей народного хозяйства;

2) противодействием развитых стран Запада выходу на мировой рынок российских фирм с наукоемкой продукцией, способной составить конкуренцию зарубежным монополиям;

3) огромным внешним долгом;

4) неразвитостью финансовой, технической, информационной инфраструктуры ВЭД;

5) неурегулированностью торгово-экономических отношений с государствами СНГ, которые не включены в общий режим регулирования ВЭД;

6) неразвитостью валютного контроля и отсутствием иммиграционной политики, что весьма затрудняет борьбу с контрабандным вывозом капитала и «утечкой умов»;

7) отсутствием таможенной границы, что наносит существенный ущерб национальным интересам России;

8) дезинтеграцией экономического пространства России. Ряд регионов добились существенных льгот и особых прав в области регулирования ВЭД, что привело к большим потерям федерального бюджета и ослаблению контроля за внешней торговлей.

В последнее время предпринят ряд практических мер по реализации вышеназванной стратегии ВЭД России. К ним относятся:

1) переход к новой системе регулирования ВЭД, обеспечивающей благоприятные условия для экспорта продукции с высокой степенью переработки;

2) ограничение экспорта товаров, имеющих стратегическое значение;

3) широкая либерализация ВЭД, отмена многих административных ограничений выхода предприятий на внешний рынок; увеличение доли валютной выручки, оставляемой экспортерами;

4) понижение курса продажи части валютной выручки в республиканский валютный резерв;

5) постепенный демонтаж количественных ограничений переход в основном к экономическим методам регулирования экспорта;

6) трансформирование старого механизма квотирования экспорта (некоторые сырьевые товары) в распределении квот посредством их конкурентной продажи.

Эти практические меры уже частично осуществлены. Дальнейшее формирование механизма реализации стратегии ВЭД предусматривает осуществление следующих изменений:

1) последовательное демонтирование системы административной организации внешней торговли. Оно включает: сокращение перечня товаров, экспорт которых квотируется, и перенос основной тяжести регулирования экспорта на экономические методы; расширения конкурсной продажи квот, переход от практики административного наполнения иностранных кредитов к их конкурсному распределению среди импортеров; продажа централизованно импортируемых товаров. Эти меры позволяют направить доходы от привлечения иностранных кредитов на финансирование реконструкции народного хозяйства и развитие экспортоориентированных производств, что обеспечивало бы своевременный возврат привлекаемых кредитов;

2) ликвидация множественности курсов рубля. Это позволит перейти к рыночным методам регулирования внешнеторговых операций посредством субсидий, дотаций, налогов и пошлин, резуо снизить возможности коррупций и бюрократических злоупотреблений при наполнении централизованного импорта;

3) сближение структуры внутренних и мировых цен, управление процессом открытия российской экономики методами тарифного регулирования. На последние методы ложится основная степень регулирования ВЭД с целью защиты внутреннего рынка от влияний мировой конъюнктуры в переходный период, в том числе для обеспечения постепенности перехода к мировым ценам на энергоносители и сырье во внутренней торговле. По мере повышения конкурентоспособности обрабатывающей промышленности ставки экспортного тарифа будут снижаться. Одновременно будет возрастать роль импортного тарифа, который в перспективе станет основным инструментом защиты внутреннего рынка от иностранной конкуренции;

4) переход к конвертируемости рубля и привлечение иностранных инвестиций. Сближение структуры внутренних и мировых цен будет содействовать стабилизации рубля и создаст предпосылки для перехода к обязательной продаже за рубли всей валютной выручки предприятий по рыночному курсу и введения конвертируемости рубля по текущим операциям. Это имеет особое значение для привлечения прямых иностранных инвестиций. Иностранные инвесторы заинтересованы не в льготах, а в стабильности экономического и валютно-финансового положения и отсутствии дискриминации;

5) выравнивание условий хозяйственной деятельности Развитие экспортного потенциала невозможно без упразднения льгот и особых условий, предоставленных отдельным регионам, без создания для предприятий всех регионов равных экономических условий деятельности как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Исключением из этого могут оставаться свободные экономические зоны, но при условии получения статуса экономической экстерриториальности;

6) стимулирование экспорта и расширение рынков сбыта российской продукции. Главное внимание будет уделяться стимулированию экспорта товаров с высокой степенью переработки и обеспечению условий капитализации доходов от экспорта в расширение их производства. Будут также осуществляться мероприятия по наращиванию экспорта традиционно вывозимого сырья за счет внедрения прогрессивных технологий его добычи и капитализации доходов от экспорта;

7) наращивание экспортного потенциала конвертируемых производств оборонной промышленности. Использование ее потенциала для потребностей мирового рынка предполагает проведение активной внешней политики. Необходимо устранить дискриминационные барьеры, действующие против российских экспортеров высокотехнологичной продукции на мировом рынке. Тем самым будут защищены экономические интересы России.

С этих стратегических позиций и целей ВЭД Россия будет присоединяться к различным интеграционным сообществам и их режимам экспортно-импортного контроля. В результате будут соблюдены взаимные интересы и обеспечен контроль над распространением технологий, в том числе военного и двойного назначения.

Расширение рынков сбыта российской продукции предполагает пересмотр приоритетов во внешней политике России. Стратегией развития ВЭД предусматривается:

1) резкое расширение экономической и научно-технической кооперации с быстро развивающимися странами Юго-Восточной Азии, Индией, Китаем, Японией, Кореей, странами Латинской Америки и Ближнего Востока. На рынках этих стран имеется много возможностей наращивания российского экспорта, особенно наукоемкой продукции, развития взаимовыгодных форм сотрудничества;

2) восстановление утерянных рынков в странах Восточной Европы (постсоциалистических странах);

3) расширение связей с западноевропейскими странами;

4) развитие рынка СНГ, сохранение взаимовыгодных межреспубликанских хозяйственных связей.

Реализация проводимой стратегии ВЭД позволит добиться восстановления положения России как могущественной и богатой державы, выгодно участвующей в международном разделении труда и кооперации производства, определяющей наряду с другими развитыми странами, глобальное экономическое развитие.

Глава 30. МИРОВОЙ РЫНОК И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСЫ

30.1. Особенности современного мирового рынка. Динамика и структура международной торговли

Мировой рынок — это совокупность национальных рынков отдельных стран, связанных друг с другом товарно-экономическими отношениями. Он охватывает все основные направления международного разделения труда.

Степень развития мирового рынка характеризует уровень интернационализации общественного производства. Исторически мировой рынок сформировался на базе капита-

листического способа производства как мировой капиталистический рынок. Таковым он остается и в настоящее время. Ряд социалистических стран входят в него органической составной частью.

Мировой капиталистический рынок — это система международных товарно-денежных, торгово-экономических и кредитно-финансовых отношений стран, составляющих систему мирового хозяйства.

Относительно широкие торговые и финансовые связи между отдельными странами и народами имели место и в предшествующих капитализму формациях. Но именно капитал впервые сформировал мировой рынок. Капитал сыграл важную революционизирующую роль в последующем подъеме производительных сил и росте общественного производства. Как свидетельствует экономическая история, действительная задача буржуазного общества состояла в создании мирового рынка.

В ходе длительного развития мировой рынок прошел ряд этапов, каждый из которых характеризуется определенным уровнем международного разделения труда и интернационализацией производства. Среди них следует выделить:

1) этап зарождения мирового рынка. Мировой рынок зародился в XVI в. на мануфактурной стадии развития капитализма. Он стал одним из решающих факторов процесса первоначального накопления капитала. Его возникновение было неразрывно связано с торговой и колониальной экспансией молодой европейской буржуазии, с быстрым развитием мореплавания и средств сухопутных сообщений. Мировой рынок создавал на этом этапе материальные предпосылки, необходимые для победы капитализма над феодализмом. Первостепенная роль в этом процессе принадлежала европейскому торговому капиталу, который втягивал обширные районы Востока в мировой товарообмен и превращал их в аграрно-сырьевые придатки метрополий;

2) этап перехода ведущих капиталистических стран к крупному машинному производству. Он осуществлялся в ходе промышленных революций XVIII—XIX вв. и знаменовал наступление нового, более высокого этапа развития мирового рынка. Крупная промышленность фактически сформировала мировой рынок эпохи зрелого капитализма. В то же время в огромной степени возросла зависимость национальной промышленности от внешней торговли. Начиная с

1825 г. мировой рынок регулярно стали потрясать экономические кризисы;

3) этап развития мирового рынка на стадии империализма. Он характеризуется исключительным ростом мировой торговли. Только за последнюю четверть XIX в. объем международной торговли возрос почти вдвое. В 1896—1900 гг. более 4/5 всего мирового экспорта промышленной продукции приходилось на Великобританию, США, Францию и Германию. Определяющим фактором развития мирового рынка стал вывоз капитала. Он был неразрывно связан с борьбой империалистических держав за экономический раздел и территориальный передел мира;

4) этап развития мирового рынка после мировой войны. На этом этапе мировой капиталистический рынок перестал быть всеобъемлющим. Зародился социалистический мир, который получил дальнейшее развитие после второй мировой войны. Объем мировой торговли сокращался в годы первой мировой войны, в годы «великой депрессии» 1929—1933 гг., в годы второй мировой войны. Но потом он восстанавливался и получал значительный рост;

5) новейший этап развития мирового рынка. Он связан с началом 90-х годов XX в., когда мировой капиталистический рынок вновь стал всеохватывающим. Оставшиеся социалистические страны участвуют в мировой капиталистической торговле.

В настоящее время на тенденции развития мирового рынка большое влияние оказывают следующие факторы:

1) дальнейшее становление и укрепление системы мирового хозяйства, развитие интернационализации производства;

2) наличие противоречий в системе мирового хозяйства, их обострение между транснациональными корпорациями;

3) борьба развивающихся и ранее отсталых стран (колоний) за достижение экономической независимости.

В период после второй мировой войны темпы роста товарооборота мирового рынка устойчиво превосходили темпы роста мирового производства. Это предопределялось углублением и расширением международного разделения труда и развитием интернационализации производства.

Необходимо выделить долговременные тенденции развития современного мирового рынка. Они следующие:

1) в развитых странах сельское хозяйство перешло к ма-

шинной стадии производства и сопровождалось значительным ростом. Наступило самообеспечение этих стран продовольствием. Его импорт прекратился;

2) в развитых странах быстро расширилось производство искусственного сырья. Это ограничило рост потребления натуральных сырьевых товаров, импортируемых из слаборазвитых стран;

3) потребность в импорте сырья высокоразвитыми странами относительно сократилась и в силу снижения материалоемкости продукции обрабатывающей промышленности;

4) в ряде стран возросшие капиталовложения требовали увеличения импорта оборудования;

5) выросла торговля предметами длительного пользования и новыми видами наукоемкой продукции;

6) увеличению удельного веса готовых изделий в мировой торговле способствовало и превышение роста их цен по сравнению с увеличением цен на сырье и продовольствие;

7) между развитыми странами произошло также расширение торговли продукцией тяжелой промышленности.

В современных условиях значительно активизировалась деятельность государств в сфере мирового рынка. Государства активно регулируют объем внешней торговли, направления экспорта капитала, решения международных валютно-финансовых проблем, процессы ценообразования на мировом рынке; конъюнктуру рынка с тем, чтобы ограничить стихию его развития, смягчить остроту кризисов.

Дальнейший прогресс производительных сил требует создания подлинно всеохватывающего мирового рынка, равноправными участниками которого могут стать все без исключения страны. Мировой рынок связан с внешней торговлей.

Внешняя торговля — это торговля между странами, состоящая из ввоза (импорта) товаров и вывоза (экспорта) товаров. Сумма экспорта и импорта в денежном выражении представляет собой внешнеторговый оборот страны.

В своей совокупности внешняя торговля представляет собой международную торговлю. В основе внешней торговли лежит международное разделение труда. Характер, уровень развития и значение внешней торговли определяются характером и уровнем развития производства.

Внешняя торговля возникла еще в эпоху рабовладельческого строя. Она содействовала росту товарного производства и обмена в докапиталистических формациях. В рабовладельческую и феодальную эпохи производство носило в основном натуральный характер. Поэтому внешняя торговля охватывала здесь лишь незначительную часть продуктов и обслуживала преимущественно личное потребление господствующих классов.

В период разложения феодализма развитие внешней торговли сыграло роль необходимой исторической предпосылки для утверждения капитализма. Наиболее широкое развитие внешняя торговля получила в эпоху империализма с развитием крупного машинного производства. Важно подчеркнуть, что капиталистическое производство вообще не существует без внешней торговли.

Ускоренно развивающийся капитал в отдельных отраслях не ждет, пока отставшие отрасли догонят его и доставят ему рынки сбыта. Он незамедлительно обращается к внешнему рынку, осуществляя экономическую и территориальную экспансию. Капиталистическому производству присуще стремление к безграничному расширению. Конкуренция вынуждает компании всемерно расширять масштабы производства, не считаясь с емкостью наличных рынков. Рамки государственных границ оказываются для него тесными. Монополии борются как за внутренний, так и за внешний рынок. Внешняя торговля ведет к обострению конкурентной борьбы на мировом рынке.

В современных условиях внешняя торговля приобретает новые черты. Они следующие:

1) во внешней торговле решающие позиции захватывают крупные монополии. Они же в основном контролируют сбыт (как на внутреннем, так и на внешнем рынке) товаров мелких производителей и немонополистических предприятий;

2) господство монополий резко усиливает внешнеторговую экспансию. Она становится одним из важных средств извлечения монопольных сверхприбылей;

3) внешняя торговля в современных условиях развивается в значительной степени под воздействием вывоза капитала. Вывоз капитала используется для захвата внешних рынков и источников сырья, особенно в зависимых странах. Преобладающая часть экспортируемого капитала (займы, кредиты, прямые инвестиции — формы экспорта капитала) обычно вывозится в форме товаров. Это ведет к росту внешнеторгового оборота. К тому же доходы (проценты и дивиденды) по вывезенным за границу капиталам уплачиваются

также в товарной форме. А это также способствует значительному росту внешней торговли;

4) внешняя торговля развивается под воздействием экономического раздела мира между крупнейшими монополиями.

Преобладающая часть внешней торговли приходится на товарооборот между промышленно развитыми странами. Их доля во внешней торговле намного превышает их удельный вес в населении мира. Так, на долю 11 капиталистических стран (США, Великобритания, Франция, Германия, Италия, Япония, Бельгия, Нидерланды, Швеция, Швейцария, Канада) приходится свыше 55% всего международного товарооборота, а их население составляет около 20% населения всего мира. В то же время на долю Китая и Индии (40% населения Земли) приходится не более 5% мирового товарооборота.

Экспорт развитых стран представлен преимущественно готовыми изделиями (машины и оборудование), а экспорт отсталых стран — преимущественно аграрно-сырьевыми товарами. К тому же возникает неэквивалентный обмен. Крупные монополии продают свои товары за границу по монопольно высоким ценам. Зависимые страны продают свои товары по заниженным ценам. Тем самым крупные монополии развитых стран присваивают таким образом часть национального дохода менее развитых стран. Цены на готовые изделия растут на мировом рынке быстрее, чем на сырье. Так, возникает известное расхождение в динамике цен, известное под названием «ножницы цен».

В период после второй мировой войны значительно усилились позиции Германии и Японии на мировом рынке при снижении доли США и особенно Великобритании. Эти тенденции более отчетливо проявляются во внешней торговле готовыми изделиями.

30.2. Валютные отношения. Международный валютный рынок. Платежный баланс и валютный курс

Рассмотрение данного вопроса необходимо начать с изучения понятия валюты. Под валютой понимается:

1) денежная единица страны (доллар, рубль) и ее тип — золотая, серебряная, бумажная. Это — собственная валюта;

2) денежные знаки иностранных государств, а также кредитные средства обращения и платежа, выраженные в иностранных денежных единицах (векселя, чеки и т. д.) и используемые в международных расчетах. Это — иностранная валюта.

До эпохи капитализма и в ее начале господствующей формой денежной системы был либо биметаллизм (золото и серебро), либо серебряный монометаллизм. В начале XIX в. получила распространение золота валюта. Для настоящего времени характерна бумажная валюта. В этом случае неразменные на золото банкноты и бумажные деньги являются знаками золота, замещающими его только в функциях средства обращения и средства платежа. Банкноты и бумажные деньги подвержены инфляции, представляют все уменьшающееся количество золота.

Для современной эпохи характерны неустойчивые, падающие валюты. Обесценение валют влечет за собой снижение их золотого содержания. В течение всего послевоенного времени имели место хроническая инфляция и систематические девальвации валют. Массовые девальвации отмечались в 1949, 1967 и 1971 гг. Так, в 1971 г. доллар был девальвирован на 7,89% и его золотое содержание снизилось с 0,888671 до 0,81851 г золота.

Валюта подразделяется:

1) на обратимую (конвертируемую). Обратимыми считаются валюты стран, полностью отменивших валютные ограничения как для нерезидентов (иностранные физические и юридические лица), так и для резидентов (физические и юридические лица данной страны). Эти валюты обмениваются на любую иностранную валюту (доллар США, канадский доллар, швейцарский франк, германская марка, рубль и др.);

2) частично обратимую. Это валюты стран, отменивших валютные ограничения не по всем валютным операциям, или только для нерезидентов. К частично обратимым относятся валюты большинства западноевропейских стран (Великобритания, Франция, Италия, Бельгия, Нидерланды, Швеция, Дания, Норвегия, Финляндия, Австрия). Эти страны в декабре 1958 г. отменили валютные ограничения для нерезидентов. Это дало возможность иностранным юридическим и физическим лицам свободно переводить экспортную выручку и другие принадлежащие им суммы в американские доллары и другие полностью или частично конвертируемые валюты;

3) необратимую (замкнутую). Это валюты стран, полностью сохраняющие валютные ограничения по всем валютным операциям как для резидентов, так и для нерезидентов К ним относятся, в частности, валюты зависимых и экономически слаборазвитых стран. Валюты этих стран в большинстве своем прикреплены к валютам метрополий (или бывших метрополий). Курсы необратимых валют устанавливаются на уровне, выгодном для иностранных монополий.

Валютная система — это форма организации денежных отношений, определяемая степенью развития товарного производства. Она охватывает внутреннее денежно-кредитное обращение и сферу международных расчетов. Формируется валютная система первоначально в рамках национальных хозяйств.

С образованием мирового рынка валютная система отдельных стран превратилась в мировую валютную систему, которая достигла своего наивысшего развития в начале XX в. Ее основой было золото, выполнявшее все функции денег. Устойчивость денежного обращения обеспечивал золотой стандарт.

Золотой стандарт, или золотой монометаллизм — это денежная система, при которой роль всеобщего эквивалента играет золото При этом в обращении функционируют золотые монеты или денежные знаки, разменные на золото. Система золотого монометаллизма получила широкое распространение в мире в XIX в.

Золотой стандарт существовал в различных формах:

1) золотомонетный стандарт. Это классическая форма золотого монометаллизма. Для него характерны: свободное обращение золотой монеты, чеканка полноценных денег, свободный стихийный приток золота из сокровища в обращение. Золото свободно ввозилось и вывозилось, что обеспечивало его функционирование в качестве мировых денег, а также устойчивость курса национальной валюты данной страны. Золотомонетный стандарт способствовал развитию капитализма, росту международной торговли. После первой мировой войны начался подрыв основ золотомонетного стандарта. Это выразилось в ограничении, затем и запрещении свободной чеканки и изъятии из обращения золотых монет. Был прекращен обмен банкнот на золото и запрещен его свободный вывоз. Стала широко применяться бумажно-денежная эмиссия. Были введены новые формы золотого стандарта;

2) золотослитковый стандарт. При нем банкноты подлежали размену (с существенными ограничениями) только на золото в слитках, а не на золотые монеты. К обмену предъявлялась определенная сумма (например, 1700 ф. ст. = 12,4 кг золота в слитке, 215 тыс. франков = 12,7 кг золота в слитке);

3) золотодевизный стандарт. При нем банкноты разменивались не на золото, а на валюту других стран, которая, в свою очередь, могла быть обменена на золото. В обмен поступали только банкноты некоторых стран. Это поставило валюты одних стран в зависимость от валют других стран. Золотодевизный стандарт явился орудием подчинения слаборазвитых стран.

Новые формы золотого стандарта потерпели крах в результате валютного кризиса, порожденного мировым экономическим кризисом 1929—1933 г. В тридцатых годах XX в. золотой стандарт был отменен. И все же ретроспективно следует заметить, что золотой стандарт обеспечивал:

1) устойчивость денежного обращения;

2) свободу переливов капиталов между странами и международных платежей;

3) неограниченный обмен национальных валют;

4) движение валютных курсов в пределах золотых точек;

5) осуществление многосторонних расчетов.

После краха золотого стандарта золото перестало выполнять функции средства обращения и средства платежа. Но, выполняя функции меры стоимости, средства образования сокровищ и мировых денег, оно осталось основой мировой валютной системы. Подавляющая часть международных расчетов осуществляется посредством банковских переводов, без участия наличных денег И все же золото и в настоящее время остается главным средством окончательного урегулирования взаимных требований и обязательств стран. Размеры его запасов являются важным показателем устойчивости валют.

В мировом хозяйстве сейчас установилось господство бумажно-денежного стандарта. В международных расчетах широко используются бумажные валюты. Наибольший удельный вес имеет доллар США (25—30%), английский фунт стерлингов (20—25%), французский франк (5—7%), германская марка (5—6%).

Страны проводят определенную валютную политику.

Валютная политика — это совокупность мероприятий,

проводимых государствами и центральными банками в сфере денежного обращения и валютных отношений с целью воздействия на покупательную силу денег, валютные курсы и на экономику страны в целом.

Международный валютный фонд (МВФ) серьезно ограничивает самостоятельность стран при проведении валютной политики. Валютная политика отдельных стран осуществляется главным образом в двух формах:

1) учетная (дисконтная) политика. Она направлена на регулирование валютного курса путем изменения процентных ставок на кредит. Повышение процентных ставок (дисконтирование) привлекало капиталы из других стран. Напротив, понижение процентной ставки приводило к отливу капитала в другие страны и понижению курса валюты данной страны;

2) девизная политика. Она заключается в регулировании валютного курса путем покупки и продажи иностранной валюты (девиз). При падении курса национальной валюты центральный банк страны обычно продает на денежных рынках крупные суммы иностранной валюты. Это приводит к повышению курса национальной валюты по отношению к иностранной валюте. Наоборот, скупка иностранной валюты влечет за собой падение курса национальной валюты. Девизная политика оказывает временное и ограниченное воздействие на уровень валютного курса, если нет коренных нарушений платежного баланса. Если он есть, то девизная политика может привести к истощению валютных резервов страны и не предотвратит обесценивания национальной валюты.

В современных условиях формы валютной политики существенно изменились. Наряду с двумя основными, стали применяться следующие новые формы валютной политики:

1) валютные ограничения, изменения валютных курсов (девальвации и ревалоризации). Можно повышать покупательную силу денег и укреплять валютные курсы. Можно и снижать покупательную силу денег и понижать валютный курс с целью проведения валютного демпинга на мировом рынке (бросовые цены, пониженные валютные курсы);

2) валютная интервенция. Это прямое вмешательство государства в операции с иностранной валютой. При этом вводятся ограничения в области валютных операций на внутреннем рынке. За этим стоит внешнеэкономическая экспансия монополий, их борьба за рынки сбыта и новые сферы приложения капитала.

Выше часто употреблялось выражение валютный курс. Что это такое?

Валютный курс (векселевый курс) — это цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны (1 долл США = 5000 руб).

Установление валютного курса путем оценки иностранной денежной единицы в национальной валюте именуется прямой котировкой. В Великобритании применяется обратная котировка в виде цены фунта стерлингов (национальной денежной единицы) в иностранных валютах.

Валютный курс непрерывно колеблется и может изменяться несколько раз в течение дня. В соответствии с его уровнем совершаются: сделки купли-продажи валют; операции во внешней торговле; направления международных капиталовложений; договора по туризму и т. п.

При золотом стандарте валютный курс определяется золотым паритетом, т. е. соотношением золотого содержания денежных единиц соответствующих стран. Он мог колебаться в зависимости от предложения и спроса на данную валюту, т. е. от состояния платежного баланса страны лишь в пределах золотых точек.

Золотые точки — это пределы отклонений курсов валют от золотого паритета. Золотые точки определялись расходами, связанными с вывозом золота за границу: упаковка, фрахт, страхование, комиссия, потери процента на капитал за время пересылки золота, премии за риск в пути. Нижняя золотая точка равнялась золотому паритету минус стоимость пересылки золота. Верхняя золотая точка равнялась золотому паритету плюс расходы по транспортировке. С отменой золотого стандарта механизм золотых точек перестал существовать.

После отмены золотого стандарта уровень валютного курса зависит от следующих факторов:

1) обесценения бумажных денег по отношению к золоту и товарам. Это связано с покупательной способностью бумажных денег;

2) состояния платежного баланса страны;

3) доверия к валюте, к ее устойчивости.

Отсюда следует, что валютный курс бумажных денег может колебаться в неограниченных пределах.

Уровень валютного курса оказывает существенное влияние на внешнюю торговлю и на всю экономику страны. От этого в значительной мере зависит конкурентоспособность товаров страны на внешнем рынке. Страны с заниженным курсом валюты расширяют свой экспорт и сокращают импорт. Экспорт страны с завышенным курсом валюты, наоборот, сокращается и тормозится, а импорт стимулируется.

На валютном рынке банки покупают и продают по действующему валютному курсу: телеграфные переводы, являющиеся преобладающей формой международных платежей; почтовые переводы; чеки; векселя, которые представляют особый вид письменного долгового обязательства, дающий его владельцу бесспорное право требовать по истечении определенного срока с лица, выдавшего вексель, уплаты обозначенной в нем денежной суммы; аккредитивы; банкноты в иностранных валютах.

Банки осуществляют операции с платежными документами в иностранной валюте по различным курсам:

1) покупка платежных документов осуществляется по более низкому курсу. Это — курс покупателей, или так называемый девиз;

2) продажа платежных документов осуществляется по более высокому курсу. Это — курс продавцов.

Разница между курсом покупателей и курсом продавцов, или так называемая маржа, составляет доход банка по валютным операциям. В газетах отдельных стран ежедневно публикуются бюллетени валютных курсов предыдущего дня «на закрытие биржи». Это — курсы, которые действовали в конце операционного дня.

Операция банков с платежными документами в иностранной валюте находят итоговое отражение в платежном балансе.

Платежный баланс — это соотношение между суммой платежей, полученных страной из-за границы, и суммой платежей, произведенных ею за границей, за определенный период времени (год, квартал, месяц).

Если страна получила из-за границы платежей на большую сумму, чем произвела платежей за границу, то платежный баланс является активным. В противном случае платежный баланс будет пассивным. В платежный баланс включают следующие платежи и поступления:

1) суммы от внешнеторговых операций (экспорт, импорт);

2) поступления от фрахтования судов, обслуживания их в портах, страхования и т. п.;

3) доходы от капиталовложений за границей, выплаты процентов и дивидендов на иностранные капиталы;

4) платежи по расходам туристов, дипломатических и торговых представительств за границей и соответствующие поступления от иностранного туризма;

5) платежи и поступления по различным неторговым переводам (например, от эмигрантов в свою страну, переводы благотворительного характера и т. д.);

6) суммы, выплачиваемые другим странам по предоставленным им займам и кредитам, и суммы, притекающие из других стран по полученным от них займам и кредитам. Это так называемый баланс движения капиталов.

В платежном балансе отражаются позиции стран на мировых рынках товаров и капиталов. В ряде стран (как правило, слаборазвитых) главную роль в платежном балансе играет торговый баланс.

Торговый баланс — это соотношение между суммой цен товаров, вывезенных какой-то страной, и суммой цен товаров, ввезенных ею за определенный период (год, квартал, месяц). Если стоимость вывоза данной страны превышает стоимость ввоза, то торговый баланс является активным. Если же стоимость ввоза превышает стоимость вывоза, то торговый баланс является пассивным. В случае совпадения стоимости вывоза и ввоза образуется нетто-баланс. Страна, имеющая пассивный торговый баланс, должна покрывать его дефицит путем расходования различных поступлений платежного баланса.

Состояние торгового баланса в значительной степени характеризует экономическое положение страны. Он является показателем степени зависимости ее экономики от: 1) внешних рынков; 2) состояния конъюнктуры рынка; 3) международной конкуренции; 4) политической зависимости от других государств.

Обратимся вновь к рассмотрению платежного баланса.

В настоящее время в развитых странах в платежном балансе значительно повысился удельный вес движения капиталов и кредитов. Доля торгового баланса существенно снизилась. Это объясняется тем, что типичной формой международных экономических связей стал вывоз капитала.

Пассивное сальдо платежного баланса при отсутствии

свободноконвертируемой валюты должно быть покрыто экспортом золота. Могут выручить и специальные кредиты, полученные у Международного валютного фонда и центральных банков.

Активность или пассивность платежного баланса является важным показателем внешнеэкономического, в частности валютного положения страны. Пассивность платежного баланса может привести к обесценению денег. Если страна не можем покрыть пассивное сальдо платежного баланса золотом, то это приводит к падению курса ее валюты. В результате начинается рост цен внутри страны. Активный платежный баланс оказывает влияние на повышение курса ее валюты.

30.3. Мировой рынок золота. Золотые аукционы

Мировой рынок золота представляет совокупность многочисленных рынков золота в отдельных странах.

Рынки золота — это особые центры в отдельных странах, где ведется регулярная купля-продажа золота для определенных целей, а именно для:

1) промышленного потребления (ювелирное дело, медицина, электроника, химия и другие отрасли);

2) частной тезаврации (сбережение золота на дому вместо внесения его в банк);

3) спекуляции (перепродажи);

4) монетарных целей (чеканка золотых монет).

В организационном отношении рынки золота обычно представляют собой консорциумы местных банков и специализированных фирм, которые наряду с торговлей золотом производят также очистку металла (аффинаж) и изготовляют слитки. Продавцами золота выступают в основном золотодобывающие страны, а также владельцы запасов золота (преимущественно частных запасов). Покупателями золота выступают частные фирмы и лица (ювелиры, промышленники, инвесторы, тезавраторы, спекулянты) и в некоторых случаях центральные банки.

Рынки золота существуют во многих странах, в подавляющем большинстве случаев на легальной основе. Там, где государство запрещает своим гражданам совершать сделки

с золотом, функционируют нелегальные, «черные» рынки золота. Большинство рынков золота обслуживают внутренний спрос. Деятельность ряда рынков золота носит международный характер. Здесь реализуется основная масса золота. Ввоз и вывоз золота на международных рынках осуществляется свободно.

С XIX в. и до 60-х годов XX в. в силу исторически сложившихся причин центром мировой торговли золотом, главным международным рынком золота выступал Лондон. Через этот город реализовалось добытое золото большинством стран мира, в том числе и социалистическими странами.

В конце 60-х годов XX в. Лондон был оттеснен на второе место Цюрихом. Это было связано с позицией ЮАР, которая добывает около 75% золота в мире. ЮАР установила прямые отношения со Швейцарскими банками по операциям с золотом. ЮАР стала продавать до 80% своей добычи золота через Цюрих. Здесь обеспечена большая секретность операций, чем на Лондонском рынке золота. Это имеет важное значение для формирования рыночной цены золота.

Цюрих и Лондон как два главных международных рынка золота тесно связаны между собой. Они направляют золото от мест производства к местам потребления двумя путями:

1) либо через региональные центры торговли золотом. Они имеются в разных частях света и обслуживают определенные географические районы;

2) либо через крупные внутренние рынки золота отдельных стран. Они обеспечивают спрос местных промышленников и тезавраторов.

Приведем примеры региональных и внутренних рынков золота.

Основными международными региональными рынками золота на Ближнем Востоке являются города Дубай (Объединенные Арабские Эмираты) Бейрут (Ливан), Кувейт и Джидда (Саудовская Аравия). На Дальнем Востоке — Сингапур (Сингапур) и Гонконг (Сянган). Они снабжают внутренние рынки золота близлежащих стран Азии и некоторых стран Африки, куда золото ввозится главным образом контрабандой. В Западном полушарии основными региональными рынками золота являются Торонто и Виннипег (Канада). Здесь продается золото в основном местной, канадской добычи. Это единственный случай, когда рынок золота находится в крупной золотодобывающей стране. Рынки Канады

обслуживали США и страны Латинской Америки. В декабре 1974 г. гражданам США было предоставлено право владеть и торговать слитковым золотом, что запрещалось с 1933 г. В связи с этим открылись новые международные рынки золота в Нью-Йорке и Чикаго (США). Объем оборотов их торговли золотом быстро растет.

Крупнейшим внутренним рынком золота является Париж. Франция давно держит первенство по частной тезаврации. Формально ввоз золота во Францию запрещен. Оно завозится контрабандой из соседних стран, главным образом из Швейцарии. Крупными внутренними рынками золота являются: в Европе — Милан (Италия), Франкфурт-на-Майне (Германия), в Азии — Токио (Япония), Бомбей («черный» рынок золота, Индия), Дакка (Бангладеш), Карачи (Пакистан), в Африке — Касабланка (Марокко), Александрия (Египет), Каир (Египет), в Латинской Америке — Буэнос-Айрес (Аргентина), Рио-де-Жанейро (Бразилия), Монтевидео (Уругвай).

На рынках золота металл продается в различных формах:

1) в стандартных слитках по 12,5 кг с клеймами аффинажных заводов и монетных дворов. Такая продажа осуществляется на международных рынках золота. Здесь слитки содержат 995 и 999 частей чистого золота на 1000 частей сплава. Продают здесь и монету старой и новой чеканки;

2) в слитках от 1 кг и до слитков-малюток в 5—10 г, в листах, пластинках, дисках, песке и в монетах. Такая продажа осуществляется на внутренних рынках золота.

Лондонский рынок золота возглавляет шесть старинных английских фирм: 1) «Н.М.Ротшильд и сыновья», 2) «Сэмюэл Монтегю и К°», 3) «Мокката и Голдсмит», 4) «Шарис», 5) «Пиксли», 6) «Джонсон Маттей и К°». Председателем лондонского рынка золота является фирма Ротшильд. Два раза в день в ее резиденции собираются основные члены рынков золота, поддерживая непрерывную связь с Цюрихом.

В Цюрихе нет централизованного рынка золота. Сделки с металлом совершают три крупных банка: 1) «Швейцерише банкгезельшафт», 2) «Швейцерише банкферайн», 3) «Швейцерише крелитанштальт». Цена на золото в Цюрихе устанавливается ежедневно по взаимной договоренности.

Цена золота, устанавливаемая в Цюрихе и Лондоне, почти совпадает и считается мировой ценой золота. Она исчисляется в долларах США за тройскую унцию (31,1 г) чистого золота. На региональных международных рынках золота цена устанавливается также в долларах США за унцию. На внутренних рынках золота цена устанавливается в местной валюте за местную меру массы, например в Европе — за кг, в Индии — за толу (11,7 г).

Самая низкая цена золота устанавливается в Лондоне и Цюрихе. В ценах региональных и внутренних рынков золота учитываются: стоимость доставки золота из Лондона и Цюриха, плата за страхование, плата за риск. Поэтому цена региональных рынков золота выше, чем в Лондоне и Цюрихе, а на внутренних рынках значительно выше.

Цена золота на мировых рынках устанавливается под влиянием спроса и предложения. В 1961 г. была предпринята попытка ее регулирования. По инициативе США для этой цели был создан так называемый «Золотой пул».

«Золотой пул» — это международное объединение центральных банков ряда западных стран. Он действовал с 1961 по 1968 г. и имел целью стабилизировать рыночную цену золота на Лондонском рынке. Уровень цен был определен в 35 долл за тройскую унцию. «Золотой пул» был создан после «золотой лихорадки» 1960 г., вызванной недоверием к доллару и отклонением рыночной цены золота вверх от официального уровня (до 40 долл и более за тройскую унцию). В 1968 г. «Золотой пул» был ликвидирован. Его крушение свидетельствует о безуспешности попыток государственных властей длительно противостоять стихии частных золотых рынков.

Государство, чтобы сдержать рост цен на золото (это обратная сторона инфляции, девальвация), может продать часть золотого запаса на аукционе. В 1975 г. США на двух аукционах продали для этих целей 39 т золота.

Аукцион — это публичная продажа, продажа с публичного торга в заранее установленное время и в заранее назначенном месте (золота, товаров, имущества). Товары заблаговременно выставляются для осмотра. Продаваемые товары достаются покупателю, предложившему самую высокую цену.

Аукционы подразделяются на принудительные и добровольные.

Принудительные аукционы проводятся судебными органами или органами власти с целью взыскания долгов с не-

плательщиков, для реализации конфискованных грузов, заложенного и невыкупленного в срок имущества, невостребованных и неоплаченных товаров.

Добровольные аукционы организуются по инициативе владельцев продаваемых товаров с целью наиболее выгодной их реализации. Они проводятся по определенным товарам — пушнине, табаку, пробковой коре, щетине, немытой шерсти, чаю, пряностям, золоту.

Аукционы могут проводить: 1) специальные фирмы, работающие главным образом на комиссионных началах; 2) брокерские фирмы и ассоциации; 3) торговые монополии. Существует несколько видов аукционов:

1) согласный аукцион. Цена объявляется покупателю. Торг начинается с объявления минимальной цены продавцом, а покупатели затем делают к ней надбавки;

2) немой аукцион. Цены объявляются продавцом. Участие покупателя в торге осуществляется жестами. Тем самым он скрывает свои действия от конкурентов;

3) аукцион с понижением цены. Аукционист называет первоначальную явно завышенную цену. А затем назначает ряд постепенно понижающихся цен до получения согласия одного из покупателей. Эта форма аукциона используется при продаже скоропортящихся товаров (овощей, свежей рыбы и т. п.);

4) заочные аукционы. В данном случае аукционы проводятся с подачей заявок в запечатанных конвертах. Они выгодны тем, что не требуют затрат на аренду помещений.

Аукционы удобны для продавцов тем, что: 1) на них представлен концентрированный спрос на товары: 2) возникает возможность продажи товаров по самой высокой из предложенных цен; 3) нет необходимости искать покупателя; 4) есть возможность использовать опыт и специальные знания аукционистов. Аукционы дают выгоды покупателям потому, что: 1) создают возможность подбора нужного ассортимента товаров; 2) облегчают ориентацию в конъюнктуре.

Важную часть аукционов представляют золотые аукционы. Золотые аукционы — это продажа золота с публичного торга. В зависимости от способа установления цен на золото золотые аукционы проводятся двумя методами:

1) голландским методом. В данном случае продавец устанавливает единую цену, при которой удовлетворяются все заявки с более высокими ценами;

2) классическим методом. В данном случае покупатели, в чьи заявках цены выше уровня, установленного продавцом, получают золото по цене, указанной в их заявке.

В соответствии с Ямайским соглашением (1976 г.) Международный валютный фонд с июня 1976 по май 1980 г. на золотых аукционах распродал 1/6 часть своего золотого запаса (777,6 т золота). Полученная от реализации золота прибыль зачислялась в Доверительный фонд Международного валютного фонда (4,64 млрд. долл).

Золотые аукционы проводились также правительством Индии с целью борьбы с нелегальным ввозом золота в страну. В 1978 г. на 7 аукционах было продано около 6 т золота из государственных запасов.

С мая 1978 по ноябрь 1979 г. на 19 ежемесячных золотых аукционах США продали 491 т золота на общую сумму 4,1 млрд. долл. Это было сделано с целью снижения рыночной цены на золото и поддержания позиций доллара.

Рыночная цена на золото после отмены официальной цены («Золотого пула») резко возросла: в Лондоне в 1971 г. она составила 40,81 долл, в 1980 г. — 614,63 долл, в 1986 г. — 368,02 долл за тройскую унцию.

30.4. Кредитование в международной торговле. Основные формы международного кредита

Международный кредит — это форма движения ссудного капитала в сфере международных экономических отношений. Он связан с предоставлением валютных и товарных ресурсов другим странам на условиях возвратности, срочности и уплаты процентов. В качестве кредиторов и заемщиков выступают банки, монополии, капиталисты (частные предприниматели), государственные учреждения, международные и региональные организации. Международный кредит способствовал:

1) интернационализации производства и обмена;

2) образованию мирового рынка и международной торговли;

3) повышению конкурентоспособности товаров наиболее развитых стран;

4) формированию многообразных форм финансирования войн;

5) усилению эксплуатации экономически отсталых стран.

Международный кредит выполняет ряд функций:

1) стимулирует экспорт товаров и услуг;

2) создает благоприятные условия для частных иностранных инвестиций;

3) служит инструментом выкачивания прибыли в виде процентов из стран-должников;

4) способствует установлению в странах-должниках выгодных для иностранных монополий экономических и политических режимов.

Международный кредит выступает в разнообразных формах. Их можно классифицировать по нескольким главным признакам, характеризующим отдельные стороны кредитных отношений. В зависимости от объекта кредитования различают следующие формы международного кредита: 1) товарные кредиты, предоставляемые экспортерами своим покупателям; 2) финансовые кредиты, предоставляемые банками-заемщиками. По экономическому содержанию международные кредиты подразделяются на: 1) коммерческие кредиты, связанные с внешнеторговыми операциями; 2) финансовые кредиты, которые могут использоваться на любые цели, включая погашение задолженности, инвестирование в ценные бумаги, прямые капиталовложения и др.

В зависимости от того, кто выступает в качестве кредитора, различают следующие формы международного кредита:

1) частные кредиты, предоставляемые фирмами, банками и брокерами (посредниками);

2) правительственные кредиты, предоставляемые правительствами различных государств;

3) кредиты, предоставляемые международными финансовыми организациями.

Среди международных финансовых организаций ведущее место занимают транснациональные банки и мировые финансовые центры. К транснациональным банкам относятся:

1) международный банк реконструкции и развития (МБРР). Он является международной кредитной организацией. Учрежден на валютно-финансовой конференции в Бреттон-Вудсе (США) в 1944 г. Начал функционировать в 1946 г. Место пребывания — г. Вашингтон. МБРР — акционерный банк. Членами МБРР могут быть только члены МВФ. Членами банка были 123 страны. Наибольшие суммы подписки

в МБРР имели: США — 6350 млн. долл; Великобритания — 2600 млн.; Германия — 1365 млн.; Франция — 1279 млн.; Япония — 1023 млн. долл. МБРР предоставляет кредиты капиталистическим и развивающимся странам. Последним кредиты выдаются в основном на строительство железных и автомобильных дорог, портов и электростанций. Займы МБРР широко используются как орудие политического и экономического давления на страны, получившие кредиты;

2) международный валютный фонд (МВФ). МВФ — международная финансовая организация, обладающая статусом учреждения ООН. Организован МВФ также на Международной валютно-финансовой конференции в Бреттон-Вудсе (США) в 1944 г. Начал функционировать с 1947 г. Место пребывания — г. Вашингтон. Согласно уставу задачами МВФ являются содействие развитию внешней торговли и международного валютно-финансового сотрудничества, поддержание равновесия платежных балансов стран—членов МВФ, регулирование курсов их валют. Деятельность МВФ фактически осуществляется под контролем США, которые заняли в нем ведущее место. Квоты стран-членов МВФ составляют: США — 6700 млн. СДР (специальные права заимствования, международные платежи и резервные средства, выпускаемые МВФ, используются для безналичных международных расчетов, не имеют собственной стоимости и реального обеспечения; до 1974 г. курс СДР приравнивался к доллару США, а затем на основе валютной корзины: к доллару США — 42%, к марке Германии — 19%, к японской иене — 15%, к английскому фунту стерлингов — 12%, к французскому франку — 12%), Великобритания — 2800 млн. СДР, Германия — 1600 млн. СДР, Франция — 1500 млн. СДР, Япония — 1200 млн. СДР, Канада — 1100 млн. СДР. В качестве важнейшей задачи МВФ выдвинул разработку и проведение реформы по перестройке и оздоровлению валютной системы;

3) азиатский банк развития. Учрежден по решению Экономической комиссии ООН для стран Азии и Дальнего Востока в 1965 г. для финансирования различных программ развития в азиатских странах. В качестве основной цели банка провозглашено содействие экономическому развитию стран Азии и Дальнего Востока путем инвестиций, финансово-кредитной и технической помощи. Доллару США в банке придается значение основной валюты. Доминирующую

роль в азиатском банке развития играют США и Япония, квоты которых в уставном капитале банка составляют по 200 млн. долларов. Развитые страны контролируют 70% уставного капитала (это Австрия, Германия, Великобритания, Канада, Франция, Новая Зеландия, Италия, Нидерланды, Австрия, Бельгия, Дания, Норвегия, Финляндия, Швейцария и Швеция). Развивающимся странам принадлежит около 30% суммы уставного капитала (это Индия, Филиппины, Пакистан, Индонезия, Иран, Малайзия, Таиланд, Цейлон, Сингапур, Афганистан, Камбоджа, Непал, Лаос, Западная Самоа, Тайвань, Южная Корея, Гонконг). Главная контора азиатского банка развития находится в Маниле (Филиппины);

4) африканский банк развития (АБР). Он является первой международной финансовой организацией независимых стран Африки. Местопребывание банка — г. Абиджан (Берег Слоновой Кости). Создан в 1962 г. на сессии Экономической комиссии ООН. Деятельность АБР призвана способствовать индустриализации стран Африки и ослаблению их зависимости от конъюнктуры мирового рынка, на котором они выступают как поставщики сырья (минерального и сельскохозяйственного). Функционировать АБР начал с 1 июля 1965 г. В АБР входят 32 государства (Алжир, Берег Слоновой Кости, Бурунди, Верхняя Вольта, Гана, Гвинея, Египет, Заир, Марокко, Конго, Сенегал, Сомали, Судан, Тунис, Уганда, ЦАР, Чад, Эфиопия);

5) Межамериканский банк развития (МАБР). Он создан на основе соглашения, подписанного в 1959 г. в Вашингтоне представителями 21 страны. МАБР своими целями имеет ускорение экономического развития стран-членов, стимулирование государственных и частных капиталовложений в регионе, предоставление займов, финансирование программ развития. Членами МАБР являются 43 государства — 25 стран Латинской и Центральной Америки, 17 развитых стран (для США — 35%) и Югославия. По состоянию на начало 1986 г. акционерный капитал МАБР составил 26,7 млрд. долл, общая сумма предоставленных кредитов — 31,5 млрд. долл.

Проанализируем теперь деятельность мировых финансовых центров. Они представляют собой центры сосредоточения банков и других кредитно-финансовых институтов, совершающих международные валютные и кредитные операции, сделки с золотом, ценными бумагами и другими активами. Мировые финансовые центры исторически возникли на базе развития национальных рынков ссудного капитала.

В современных условиях крупнейшие мировые финансовые центры сложились на основе интернационализации национальных рынков ссудного капитала. К ним относятся — Нью-Йорк, Лондон, Париж, Франкфурт-на-Майне, Цюрих, Токио. Через них осуществляется основная часть международной миграции капитала.

В 60—70-х годах XX в. сформировались новые мировые финансовые центры: Люксембург, Сингапур, Гонконг, некоторые страны и территории Карибского бассейна, зоны Персидского залива. Транснациональные банки для избежания контроля за их деятельностью широко используют такие мировые финансовые центры, как Сингапур, Гонконг, Панама, Багамские острова, Каймановы острова. Атрибутами мировых финансовых центров являются:

1) концентрация финансового капитала;

2) развитая система кредитно-финансовых учреждений (банков, страховых компаний, инвестиционных трестов, дилеров фирм), через которые совершаются международные кредитно-финансовые операции;

3) либеральный режим (валютный, налоговый) для осуществления этих операций;

4) налаженная система связи с клиентурой в различных районах мира, а также с другими финансовыми центрами.

По срокам предоставления различают следующие виды международного кредита: 1) краткосрочный — до 1 года, 2) среднесрочный — от 1 года до 5 лет, 3) долгосрочный — свыше 5 лет. В ряде случаев среднесрочными считаются кредиты сроком до 7 лет, а долгосрочные свыше 7 лет.

Стоимость международного кредита выражается в годовых процентах. Последние количественно определяются путем сопоставления всех расходов, связанных с получением кредита, и суммы кредита, фактически использованной в течение года (плюс банковская прибыль). Стоимость кредита зависит от его срока, формы, обеспечения. Существенное влияние на нее оказывают инфляция, девальвация и ревальвация валют.

Наиболее дорогим считается фирменный кредит, а наиболее дешевым — государственный кредит и кредит из специальных фондов международных и региональных кредитно-финансовых учреждений. Это связано с тем, что часть

государственного кредита и кредита из специальных фондов покрывается за счет государственного бюджета или особых резервов.

С развитием государственно-монополистического капитализма государство становится активным участником международных кредитных отношений. Оно может одновременно выступать в роли должника (взять кредит), кредитора (дать кредит) и гаранта (обеспечить кредит).

Государство, участвуя в международных кредитных отношениях, осуществляет следующие финансовые операции:

1) предоставляет международные кредиты;

2) финансирует внешние операции частных фирм и банков;

3) участвует в смешанных кредитах государства и частных капиталов;

4) субсидирует банки с целью снижения взимаемого с заемщиков процента (это так называемая бонификация);

5) возлагает на себя функцию страхования международных кредитов, берет на себя риск неуплаты долга в срок должником.

С ростом интернационализации производства и обмена усиливается роль международного кредита:

1) расширяются кредитные отношения между развитыми странами;

2) кредитные отношения помогают транснациональным корпорациям вести борьбу за экономический передел мира;

3) увеличивается кредитная экспансия мировых держав, поскольку кредиты предоставляются развивающимся странам на таких условиях, что усиливают их экономическую и политическую зависимость от развитых стран;

4) значительно возрастают суммы кредитов на финансирование международной торговли, на урегулирование платежей балансов и поддержку основных валют развитых стран.

Важное место в системе международного кредита занимают кредиты, предоставляемые развитыми странами с целью рефинансирования и консолидации огромной задолженности развивающихся стран. Расходы по погашению иностранных кредитов и процентов по ним создают напряжение в платежных балансах стран-должников и ухудшают их валютно-экономическое положение.

Реинвестиции — это повторные вложения средств, полученных в форме доходов от инвестиционных операций. Основная цель реинвестиций — получение предпринимательства дохода, процента или дивиденда на основе концентрации капитала в одном объекте вложения. В мировой практике различают:

1) финансовые реинвестиции. Сферой их приложения, как правило, являются ценные бумаги. Осуществляют их инвестиционные банки и компании. Источником финансовых реинвестиций служат средства, полученные банками от реализации ценных бумаг;

2) реальные реинвестиции. Они представляют вложения в основной и оборотный капитал предприятий развитых и развивающихся стран. Реальные инвестиции осуществляются, как правило, крупнейшими транснациональными компаниями (ТНК). Их филиалы расположены в развивающихся странах Азии, Африки и Латинской Америки, которые испытывают хроническую нехватку капиталовложений.

С начала 80-х годов XX в. происходит рост объемов реинвестиций в связи с увеличением прибылей заграничных филиалов ТНК. Рост реальных реинвестиций характерен для монополий США, Великобритании, Японии, Франции, Германии, Италии, Канады.

Консолидация займов (кредитов) — это продление срока действия ранее выпущенных займов (краткосрочных и среднесрочных) и превращение их в долгосрочные или бессрочные. Причиной консолидации займов являются огромные размеры государственных долгов, постоянный их рост, невозможность в этих условиях расплатиться по займам, стремление максимально отодвинуть срок погашения ранее выпущенных займов. В современных условиях консолидация займов стала типичным явлением в связи с постоянным ростом государственной задолженности.

Консолидация займов выгодна и государству, и монополиям, особенно банковским, которые получают дополнительную прибыль от реализации консолидированных займов и от обмена старых займов. Консолидация займов осуществляется или путем добавления процентных купонов к облигациям старых займов, срок действия которых продлен, или путем замены облигаций старых займов на облигации нового займа.

Глава 31. ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

31.1. Сущность глобальных мировых проблем, их виды и опасность. Необходимость международного сотрудничества в решении глобальных проблем

В условиях интернационализации производства экономический и социальный прогресс все в большей мере зависит от решения глобальных проблем. На исходе XX в. эти проблемы приобретают жизненное значение для судеб цивилизации. К глобальным проблемам следует отнести: предотвращение мировой ядерной войны, охрану окружающей среды, преодоление экономической отсталости развивающихся стран, энергетическую проблему, сырьевую проблему, продовольственную проблему, демографическую проблему, мирное освоение космоса, освоение богатств Мирового океана, ликвидацию опасных болезней.

Глобальные проблемы затрагивают самые разные стороны жизни человеческого общества: мировую политику и экономику, межгосударственные и межнациональные отношения, космические и мировые условия существования людей, массовое сознание людей.

Глобальные проблемы очень сложны и остры. Поэтому они находятся в центре внимания политических и общественных деятелей, литераторов и ученых — социологов, юристов, географов, медиков, физиков. Вместе с тем у этих проблем есть и ярко выраженный экономический аспект. Они воздействуют на структуру воспроизводства, на динамику экономических процессов, на поиск эффективных форм и методов управления. Последовательное изучение глобальных проблем возможно лишь в рамках анализа системы мирового хозяйства.

Глобальные мировые проблемы весьма различны. Однако они имеют ряд общих черт, позволяющих объединить их в единое целое. К общим чертам глобальных проблем необходимо отнести следующее:

1) каждая из них и все они вместе принципиально важны для судеб человечества. Задержка с их решением грозит гибелью цивилизации или деградацией условий жизни и производственной деятельности на Земле;

2) они характеризуются глубокой связью между собой и взаимосвязью своих политических, экономических и научно-технических аспектов;

3) в них отражается углубление и усложнение мирохозяйственных связей и интернационализация других общественных процессов на Земле;

4) они могут быть решены лишь объединением усилий всех государств и народов. Найти решение глобальных проблем — значит обеспечить условия выживания всех народов и дальнейшего развития цивилизации.

Ключом к решению глобальных проблем выступает разоружение. С него во втором вопросе мы и начнем их рассмотрение. Разоружение высвобождает огромные средства для решения глобальных проблем, в том числе для помощи развивающимся странам.

Глобальные мировые проблемы отличаются общепланетарным характером, связаны с жизненными интересами народов всех стран, независимо от их социального строя, уровня экономического развития, географического положения, и могут быть решены путем взаимодействия всех государств.

По своему происхождению, характеру и способам решения глобальные проблемы делятся на три группы:

первая группа включает проблемы, связанные с взаимоотношениями развитых и развивающихся стран (вопросы войны и мира, разоружения и развития);

вторая группа охватывает проблемы, выражающие отношения в системе «человек — общество» (рост народонаселения, борьба с нищетой, голодом, болезнями, развитие самого человека в условиях НТР);

третья группа включает проблемы отношений в системе «общество — природа» (защита окружающей среды, ресурсы, энергетика).

Центром и связующим звеном всего комплекса общемировых проблем являются человек и его будущее.

Глобальные мировые проблемы жизненно важны для человечества. Их нерешенность порождает угрозу для будущего всех людей. Например, научно-техническая революция привела к невиданному развитию средств разрушения и во-

енного дела. Человек оказался способным уничтожить все живое на нашей планете. Накопленных арсеналов, как считают ученые, достаточно для того, чтобы уничтожить 58 млрд. человек, или в 11,5 раза больше, чем живет людей на Земле.

Приведем еще один пример. Опасность для жизни людей представляет химизация производства. С продуктами питания, медикаментами, загрязненным воздухом различные вещества, вредные для человека, проникают в его организм. Это пагубно сказывается на здоровье людей, отрицательным образом влияет на физическую полноценность будущего поколения. Каждый год от 1 тыс. до 2 тыс. новых химических веществ с непознанным эффектом воздействия на организм человека и окружающую среду поступает к потребителям. Всего же сегодня используется 80 тыс. химических веществ.

Опасность глобальных проблем приводит к двум выводам:

1) если тенденции развития глобальных проблем сохранятся, то уже в течение следующего столетия человечество подойдет к пределам своего роста. Наиболее вероятным будет довольно резкое и неуправляемое падение как численности населения, так и промышленного производства;

2) имеется возможность изменить данные тенденции роста, стабилизировать (экономически и экологически) состояние человечества и поддержать его в далеком будущем. Глобальное равновесие можно спроектировать таким образом, что потребности каждого человека на земле будут удовлетворяться, а его индивидуальный потенциал будет реализовываться.

В противном случае человечеству угрожают: межнациональные и межгосударственные конфликты, отсутствие согласованности в экономической сфере, несогласованность в охране окружающей среды, неотрегулированность прироста населения, политический авантюризм, упадок личной и государственной морали, потребительский эгоизм, рост уголовных преступлений, националистический и политический терроризм, разрушительное распространение алкоголизма и наркомании. И все же несомненным является то, что человечество найдет разумное решение сложной задачи осуществления необходимого и неизбежного прогресса с сохранением человеческого в человеке и природного в природе.

31.2. Национальные и глобальные проблемы конверсии

К середине 80-х годов XX в. военное противостояние государств достигло невиданных масштабов и интенсивности. Гонка вооружений вступила в стадию необратимой дестабилизации обстановки, особенно в случае размещения оружия в космосе. В мире накоплено около 50 тыс. различных ядерных боезарядов. Их общая мощность составляет около 15 тыс. мегатонн. Это в миллион раз превосходит мощность атомного взрыва в Хиросиме в 1945 г.

Человечество оказалось перед лицом беспрецедентной угрозы тотального уничтожения. В войне с применением ядерного оружия не может быть победителей. Поверженным окажется весь человеческий род. Устранить эту смертельную опасность возможно лишь на пути ядерного разоружения. Реальное разоружение, начало ликвидации ракетно-ядерного оружия открывает новую полосу в отношениях между странами.

Избавление от военной угрозы, спасение и прогресс цивилизации зависят от совместных действий всех государств. Они должны ясно представлять реальности ядерно-космического века.

Глобальные военные расходы со времени окончания второй мировой войны возросли в 4—5 раз. Они составляют примерно 6% мирового валового национального продукта, более чем в 20 раз превышают размер помощи, оказываемой развивающимся государствам. Мировые затраты труда в области военной деятельности (служба в армии, производство оружия) составляют около 100 млн. человеко-лет. На военные приготовления идут не свободные ресурсы. На них идет существенная часть жизненно необходимых ресурсов. Гонка вооружений наносит прямой ущерб, многократно превышающий все убытки, которые терпят страны мира из-за землетрясений, засух, наводнений, тайфунов и других стихийных бедствий.

Тенденция к росту ресурсов, отвлекаемых на военные цели, ведет к:

1) обострению экономических и социальных проблем во всех странах;

2) деформации развития гражданского производства, его структурной перестройке;

3) снижению уровня жизни народов, поскольку военные

и гражданские потребности с точки зрения спроса на ресурсы связаны противоречивой зависимостью. Чтобы решить глобальные проблемы, необходимо изменить в пользу гражданских нужд пропорции между ресурсами, идущими на военные и мирные цели;

4) систематическому изъятию определенной доли общественного продукта на производства. Экономически она равнозначна потерям, непроизводительным издержкам. Функционирование военной сферы означает крупную, ежегодную растрату части валового национального продукта. Война и военное потребление в непосредственно экономическом отношении — это то же самое, как если бы нация кинула в воду часть своего капитала.

Милитаризм несет в себе огромный политический и экономический ущерб. Научно-технический прогресс общества может быть достигнут не наращиванием, а решительным сокращением вооружений. Без демилитаризации экономики и мирового сотрудничества не могут быть в конечном счете решены и все другие глобальные проблемы.

Милитаризация экономики — это переключение большей части хозяйства страны на производство товаров и услуг военного назначения.

В период первой и второй мировой войн милитаризация была характерна для стран, ведущих войны или готовящихся к ним. В настоящее мирное время милитаризация стала присуща многим странам и представляет наращивание военного могущества государства.

Вооруженные силы, армии постоянно поглощают массу дорогостоящего вооружения, боеприпасы, транспортные средства, горюче-смазочные материалы, предметы вещевого и продовольственного снабжения войск. Это вызывает необходимость использования для производства военной продукции тысячи предприятий, на которых заняты сотни тысяч рабочих и служащих.

Милитаризация экономики — это особо выгодное поле приложения капитала. Предприятия, выполняющие военные заказы, извлекают колоссальные прибыли. Валовая прибыль некоторых крупных военно-промышленных корпораций достигает 50% на авансированный капитал, а иногда и превышает эту величину.

В ряде стран сложился военно-промышленный комплекс (ВПК). Он представляет собой объединение:

1) производящих военную продукцию монополий;

2) представителей вооруженных сил;

3) часть государственно-административного аппарата;

4) служащей милитаризму прослойки интеллигенции;

5) служащей милитаризму части профсоюзных руководителей;

6) части работников средств информации.

ВПК — это часть общества, которая непосредственно питает милитаризм, выступает за необходимость гонки вооружений, против всеобщего и полного разоружения. Благодаря усилиям военно-промышленного комплекса милитаризация не свертывается, а наоборот, даже получает развитие.

Природа современного милитаризма такова, что расходы на военные цели отдельных стран составляют огромную величину. США тратят на военные цели более 80 млрд. долларов в год. Затраты на военные нужды поглощают большую долю национального дохода отдельных стран. Милитаризация экономики этих стран приводит к тому, что для производства военной продукции используется значительная часть высококвалифицированных кадров, а также производственных мощностей наиболее передовых отраслей промышленности — атомной, радиоэлектронной, авиационной, ракетной, производства редких металлов и специальных сплавов, приборостроения.

Милитаризация экономики затрагивает главные ресурсы хозяйственного роста отдельных стран.

Милитаризация экономики оказывает существенное воздействие на общественное воспроизводство. Военная продукция участвует в воспроизводстве производственных отношений. Она представляет собой материальную основу воспроизводства отношений господства и подчинения внешнеэкономическими методами — путем вооруженного насилия или путем угрозы его применения. Для учета влияния милитаризации на процесс расширенного воспроизводства военный сектор экономики обособляется и выделяется отдельно в составе I и II подразделений общественного производства. Военный сектор в производстве совокупного общественного продукта придает специфические черты его реализации и воспроизводству:

1) конечная продукция военного сектора создается на налоги, изымаемые государством с населения, прежде всего из доходов создателей общественного продукта (производ-

ственных работников), а также из прибавочной стоимости, присваиваемой капиталистами;

2) конечная продукция военного сектора не участвует в воспроизводстве рабочей силы, капитала и общественного продукта;

3) милитаризация сужает тем самым возможности расширенного воспроизводства и возлагает на общество колоссальное финансовое бремя.

В условиях милитаризации экономики в общественном воспроизводстве возникают сложные соотношения в отдельных частях совокупного общественного продукта:

1) наблюдаются различные комбинации темпов и направлений развития военного и гражданского секторов экономики;

2) военное производство оказывает непосредственное влияние на невоенное потребление и накопление капитала;

3) военное производство осуществляется за счет гражданского сектора экономики или за счет возможностей его роста.

В структуре военного сектора могут происходить изменения, которые непосредственно не связаны с движением воспроизводства. Их обусловливают следующие факторы: 1) изменения во внешней и внутренней политике отдельных государств; 2) совершенствование материально-технической базы вооруженных сил; 3) результаты конкурентной борьбы военно-промышленных монополий за крупны заказы на военную продукцию.

Изменения на рынке товаров военного назначения (сужение, расширение, структурные сдвиги) влияют на ход расширенного воспроизводства. Милитаризация влияет на продолжительность, характер и сроки наступления фаз капиталистического цикла. Милитаризация обостряет многие экономические и социальные противоречия современного общества:

1) между общественным характером производства и частной формой присвоения. Хотя в рамках военного сектора общественный характер производства получает свое дальнейшее развитие, но военная продукция используется в целях, прямо враждебных интересам населения;

2) между производством и потреблением. Она ведет к замедлению темпов роста потребления или к снижению его уровня;

3) сокращает средства на общесоциальные нужды — на жилищное строительство, совершенствование транспорта и связи, охрану окружающей среды, улучшение системы образования и медицинского обслуживания и т. п.;

4) наносит ущерб системе пенсионного обеспечения, препятствует росту заработной платы миллионов государственных служащих, поскольку изымает из государственного бюджета огромные суммы на военные цели;

5) способствует возникновению дефицитов государственных бюджетов и платежных балансов. Тем самым усиливаются инфляция и валютно-финансовый кризис.

Вывод из всего этого может быть только один — необходимо разоружение. Для этого нужно разработать специальный механизм передачи части средств от разоружения на решение глобальных проблем. В этой связи существенную роль может сыграть конверсия.

Конверсия означает изменение пропорций распределения финансовых, людских и материальных ресурсов между гражданской и военной сферами, переключение в ходе разоружения военного производства и других видов военной деятельности на мирные рельсы. Конверсия может обеспечить крупный экономический выигрыш как в национальном, так и глобальном масштабах. Правда, перевод военного производства на выпуск гражданской продукции требует определенных затрат времени, организационных и технических усилий по перестройке производства. Конверсии препятствуют интересы военно-промышленного комплекса, крупных корпораций, имеющих заказы военного назначения. Поэтому необходимо применить особые методы разоружения:

1) выделить средства для перепрофилирования предприятий, чтобы они и впредь соответствовали условиям рыночного хозяйствования;

2) провести разъяснение и разработку таких мер, которые помогли бы рассеять ошибочные представления, что разоружение якобы негативно влияет на занятость и заработки трудящихся, а также на финансово-экономические показатели деятельности компаний;

3) разработать планы конверсии, ориентированные на координацию национальных мер и вклада международного сообщества в реализацию программ по переключению военного производства на гражданские цели.

31.3. Пути сокращения зон нищеты, голода и болезней в мире

Сложный комплекс проблем возникает на стыке взаимоотношений общества, человека и природы. Глобальные проблемы оказывают существенное влияние на структуру и механизм общественного воспроизводства; формируют качественно новый эколого-экономический облик воспроизводства; влияют на биологические и социальные аспекты воспроизводства не только рабочей силы, но и человеческой популяции в целом.

Одной из таких проблем является ликвидация нищеты, голода, болезней, безработицы и неграмотности, которые охватывают огромные зоны современного мира. В настоящее время на Земле больше голодающих, чем когда-либо в истории человечества. Увеличивается число людей, живущих в трущобах и лачугах. Отсталость слаборазвитых стран осложняется демографическими процессами.

Растет несоответствие между ресурсами и численностью населения планеты. Человечество сейчас насчитывает более 5 млрд. человек. В следующем столетии населении Земли увеличится до 8—14 млрд. человек. Причем более 90% прироста придется на наиболее бедные страны. Происходит дальнейшая концентрация населения в перенаселенных городах. Необходимо увеличение финансовых ресурсов на развитие жилищного строительства, медицинского обслуживания, обеспечение продовольствием и энергией. Пока же темп роста населения обгоняет темпы увеличения ресурсов.

Проблема редкости ресурсов и зон нищеты приобретает общемировой характер. Для ее решения нужна следующая система мероприятий:

1) динамичное развитие слаборазвитых стран в социально-экономической и научно-технической областях;

2) новый мировой экономический порядок, гарантирующий реальную помощь отсталым странам в решении их проблем;

3) преодоление экономической отсталости слаборазвитых стран как результата колониализма и неоколониализма. Ответственность за это несут развитые страны, они должны возместить основное бремя расходов по оказанию им экономической помощи.

Бедственное положение слаборазвитых стран — это крупнейшая глобальная проблема. В ней рельефно выделяются два блока:

1) огромный разрыв в условиях экономического развития между индустриально развитыми и слаборазвитыми странами;

2) сохранение на территории слаборазвитых стран обширных зон голода, нищеты, эпидемических болезней.

Анализ темпов роста валового национального продукта на душу населения показывает, что экономический разрыв в настоящее время перерастает в пропасть между бедными и беднейшими странами, с одной стороны, и богатыми и богатейшими странами, с другой стороны. В наименее развитых странах ситуация особенно драматична. Здесь наблюдается высочайший в мире уровень концентрации массовой бедности и нищеты. В Африке эта группа стран лидирует и по абсолютным и по относительным показателям.

Возникло глубокое противоречие между развитыми и слаборазвитыми странами. Перестройка мировой экономики станет реальной только в том случае, если бедные страны станут полноправными участниками мирового сообщества. Темпы экономического роста развивающихся стран сдерживаются многими факторами. Главным среди них является неоколониализм. Вместе с тем, в современных условиях роль этих стран в мировом валовом национальном продукте повышается (за 1960—1983 гг. — с 13,1 до 27,0%).

Развивающиеся страны разработали концепцию неприсоединения. И на ее основе создали организацию общемирового значения — движение неприсоединения. Участие развивающихся стран в международных мероприятиях признано способствовать установлению нового международного экономического порядка (НМЭП). В его рамках должен быть осуществлен:

1) учет особых нужд развивающихся стран;

2) предоставление им специального, более благоприятного режима в экономических отношениях;

3) признание необходимости и разработка специальной программы содействия слаборазвитым странам.

В середине 80-х годов XX в. наблюдалось резкое ухудшение экономического и валютно-финансового положения развивающихся стран. Это отразилось: 1) в росте внешней задолженности этих стран; 2) в ухудшении условий внешней

торговли; 3) в обострении бедственного положения населения этих стран. Эти проблемы действительно являются общемировыми, носят глобальный характер, так как они противодействуют росту мировой экономики в целом, проведению реформ в системе международных экономических отношений.

В международных отношениях особое значение придается продовольственной проблеме. Продовольственная проблема представляет собой сложнейшее переплетение интересов отдельного человека, социальных групп, общества и мирового сообщества в целом по поводу удовлетворения потребностей людей в пище.

Решение продовольственной проблемы означает обеспечение населения таким количеством и ассортиментом продуктов питания, которые необходимы для нормального воспроизводства и функционирования рабочей силы. Глобальность продовольственной проблемы определяется тремя обстоятельствами:

1) каждый житель Земли, каждая страна сталкивается с ней ежедневно;

2) решение ее зависит от коллективных усилий народов мира;

3) с производством продуктов питания связана обширная сфера в международном разделении труда.

О последнем следует сказать особо. Производство отдельных культур привязано к определенным географическим районам. Это породило жесткую специализацию этих районов на производстве отдельных культур. Так, выращиваемые в тропических странах бананы, ананасы, чай, кофе в основном предназначены на экспорт в зоны холодного и умеренного климата. А выращиваемые в северных странах пшеница, ячмень в больших объемах поставляются в страны тропического пояса. Например, США экспортируют около 66% произведенной в стране пшеницы и 31% других зерновых.

Обострение продовольственной проблемы — это явление не только второй половины XX в. И в прошлые столетия продовольственный кризис охватывал ту или иную страну или группу стран. Причиной возникновения таких кризисов были неурожайные годы или стихийные бедствия. Продовольственная проблема в современных условиях является результатом не стихийного бедствия или неурожая. Она

обусловлена рядом причин социально-экономического характера. К ним следует отнести:

1) осуществление процесса индустриализации, который вызвал бурный поток миграции сельского населения в город;

2) быстрый рост всего населения, а не только высокую степень урбанизации;

3) низкую урожайность сельскохозяйственных культур в развивающихся странах.

К глобальным проблемам следует отнести многие проблемы здравоохранения. Они затрагивают интересы как каждого индивидуума, так и всего человечества, влияют на судьбы нынешнего и будущего поколений. Глобальный характер проблем здравоохранения проявился гораздо раньше по сравнению с другими проблемами. Становление системы мирового хозяйства способствовало распространению грозных эпидемий (в масштабе одной страны) и пандемий (в мировом масштабе). Борьба против них на национальном уровне оказывается малоэффективной. Нужны согласованные международные действия по охране здоровья населения.

В 1851 г. в Париже была созвана первая международная санитарная конференция. Она положила начало регулярным совещаниям специалистов из разных стран по проблемам здравоохранения. По инициативе различных государств было созвано около 20 международных конференций, на которых было принято и ратифицировано почти всеми странами мира 13 Международных санитарных конвенций. К конвенционным болезням относятся такие инфекционные заболевания, как чума, холера, оспа, желтая лихорадка, сыпной и возвратный тиф, СПИД (синдром приобретенного иммунодефицита).

В конце XIX — первой половине XX в. создаются международные организации в области здравоохранения:

1) Международный комитет Красного Креста (1863 г.);

2) Международное бюро общественной гигиены (1907 г.);

3) Организация здравоохранения Лиги Наций (1919 г.);

4) Всемирная организация здравоохранения (1948 г.).

Глобальными проблемами здравоохранения являются:

1) международная координация медико-биологических исследований;

2) система наблюдений за эпидемиологическими процессами и борьба против эпидемий;

3) изучение и разработка методов борьбы против сердечно-сосудистых, онкологических и других неэпидемических заболеваний;

4) охрана и оздоровление биосферы;

5) контроль за качеством, эффективностью и побочными действиями лекарств;

6) помощь здравоохранению слаборазвитых стран и подготовка национальных кадров;

7) проблема доступности рационального питания.

Ученые считают, что в решении глобальных проблем основным критерием должно служить состояние здоровья человека, всего населения Земли. Поэтому здравоохранение приобретает функции критерия оценки гуманистичности глобальных проблем современности.

31.4. Масштабы угрозы и пути решения экологических проблем

Экологические проблемы являются одними из важнейших глобальных проблем. Они затрагивают основы существования человеческой цивилизации. Загрязнение окружающей среды имело место и в прошлом. Но сегодня оно достигло угрожающих масштабов Об этом свидетельствуют следующие данные:

а) ежегодно в результате сжигания топлива в атмосферу поступает около 20 млрд. т двуокиси углерода;

б) в реки сбрасывается примерно 160 куб. км промышленных стоков;

в) в почвы вносится более 500 млн. т. минеральных удобрений и около 3 млн. т ядохимикатов, 1/3 которых смывается поверхностными стоками в водоемы;

г) объем промышленных отходов составляет 4 млрд. т в год, к 2000 г. он увеличится примерно до 10 млрд. т;

д) объем загрязненной воды может возрасти к 2000 г. в 10 раз.

Таким образом, в условиях НТР значительно возросли масштабы и интенсивность вмешательства человека в природные процессы. Это повлекло за собой загрязнение окружающей среды при отсутствии соответствующих ему природоохранных мероприятий.

Последствия загрязнения стали носить глобальный характер. Возрос уровень экологической взаимозависимости всех государств мира. Если крупномасштабная человеческая деятельность в одной стране влияет на изменение природной среды, то это воздействует и на другие страны и регионы мира Перед нами новое явление в истории развития человечества. Можно говорить о трех уровнях развития международного сотрудничества по охране окружающей среды: межправительственном, неправительственном, смешанном.

К крупнейшим межправительственным организациям относятся ЮНЕСКО, ЮНЕП, ЮНИДО, Всемирная организация здравоохранения, Всемирная метеорологическая организация. Ведущей из них является ЮНЕП, в работе которой принимают участие около 90 государств мира. Основными направлениями ее деятельности являются:

1) оценка состояния окружающей среды;

2) природоохранная деятельность (в конкретных областях);

3) вспомогательная деятельность (просвещение по вопросам охраны природы, использование средств массовой информации, техническая помощь развивающимся странам).

К неправительственным международным организациям относятся Международный совет научных союзов (естественные науки), Всемирный фонд диких животных. В работе данных организаций участвуют сотни ученых и специалистов из разных стран мира.

На основе смешанного подхода функционирует Международный союз охраны природы и природных ресурсов.

В 1983 г., в соответствии с решением ООН, была создана Всемирная Комиссия по окружающей среде и развитию. Она является независимым органом, рассматривает любые экологические проблемы, представляет свои рекомендации мировой общественности. В Комиссию входят представители всех регионов мира.

В 1982 г. Генеральная Ассамблея ООН провозгласила Всемирную хартию природы. Здесь содержатся основные принципы в вопросах политики и практики по отношению к окружающей среде.

В середине 80-х годов были заключены два важнейших соглашения в области международного сотрудничества по охране окружающей среды:

1) Международная конвенция по охране озонного слоя, подписанная 37 странами мира;

2) Конвенция о трансграничном загрязнении воздуха на большие расстояния (например, в ней указывается на необходимость сократить выброс серы в атмосферу на 30% к 1993 г. по сравнению с уровнем 1980 г.).

Однако многие показатели состояния окружающей среды за последнее десятилетие не улучшились, а даже ухудшились. Развитие международного сотрудничества по охране окружающей среды сейчас наталкивается на определенные трудности. К ним, в частности, относятся:

1) слабая изученность факторов, влияющих на изменения в экологическом балансе Земли;

2) степень остроты экологической ситуации в отдельных странах и регионах мира различная. Это ведет к неодинаковым требованиям в этих странах к охране окружающей среды, к формированию различных критериев и показателей качества окружающей среды. Поэтому в этих странах различна степень активности участия в международном сотрудничестве по охране окружающей среды, что осложняет решение глобальных проблем;

3) статус национального суверенитета над природными ресурсами. Этот фактор лежит в основе проведения самостоятельной природоохранной политики в рамках суверенных государств. Национальная политика может отличаться от политики, проводимой в масштабе мирового сообщества;

4) высокий уровень финансовых затрат на осуществление международных мероприятий по охране окружающей среды. Это является серьезным препятствием для реализации данных мероприятий. По оценкам экономистов, все страны мира до 2000 года должны ежегодно выделять на природоохранные мероприятия 3—5% валового национального продукта, т. е. не менее 150 млрд. долл.

Важно рассмотреть экологизм как отражение глобальных проблем современности. Экологизм как общественное движение и как направление теоретической мысли возник в конце 60-х — начале 70-х годов XX в. Экологизм — течение неоднородное. Его представителей в зависимости от предлагаемых ими путей решения экологических проблем можно разделить на четыре группы:

1) группа «противников культуры». Их называют мечтателями. Они призывают к отказу от урбанизации и возврату к сельской жизни;

2) группа «энвайронменталистов». Это большей частью профессиональные экологи. Они концентрируют внимание на проблемах загрязнения окружающей среды и ухудшения качества жизни в промышленных городах. Они считают возможным полное решение этих проблем при соответствующих капиталовложениях, на базе развития науки и техники, путем консервации природы в форме национальных парков и заповедников;

3) группа «экопрогрессистов». Ее представители убеждены, что внедрение так называемых «мягких» — энергосберегающих, материалосберегающих и незагрязняющих — технологий должно сохранить природные ресурсы;

4) группа сторонников «социального движения». Ее представители стремятся выявить связи между «обществом потребления» и экологической деградацией биосферы. Экологистов данного направления называют также «антипродуктивистами», поскольку они считают, что все противоречия развития стран коренятся в одной причине — «продуктивизме». А он является, по их мнению, целью развития всех современных экономик.

На исходе XX в. общество не может ориентироваться на остаточный принцип финансирования мероприятий по охране окружающей среды. В каждой стране должен разрабатываться и исполняться «экологический бюджет». Он должен представлять национальный вклад в решение глобальных экологических проблем.

Во взаимоотношениях человека с природой нарастают противоречия. Природа реагирует на деятельность человека двояким образом: во-первых, природные ресурсы при рациональном их использовании открывают неограниченные возможности для экономического роста; во-вторых, при отмеченных выше экологических проблемах природа создает пределы для экономического и демографического роста.

Как предсказывал в начале века академик В.И.Вернадский, антропогенные факторы (вызванные деятельностью человека) привели к возникновению экономических границ роста. Экономическое развитие больше не может базироваться на возрастающих объемах используемого сырья и энергии. Это ведет к избыточным нагрузкам на природные ресурсы. А их надо защищать от нерационального использования в интересах сохранения жизни на Земле и дальнейшего социально-экономического прогресса. Вот почему пе-

ред человечеством стоит задача формирования новой технологической культуры, которая по своей сути должна стать экологической. Становление экологически чистых технологий предполагает:

1) развитие безотходных технологий. С их помощью можно ликвидировать антагонизм между человеком и природой, снять ограничения экономического роста, рационально использовать природные ресурсы. Отходы производства не являются неизбежностью, они представляют результат несовершенства технологического процесса;

2) развитие биологических технологий и генной инженерии (севообороты, сидеральные удобрения, биологические приемы борьбы с вредителями вместо ядохимикатов);

3) распространение передовых технологий. Оно снижает материалоемкость и энергоемкость национального дохода, превращает отходы в ценный первичный материал в новых технологических процессах;

4) внедрение передовых технологий требует дополнительных затрат. Эти затраты окупятся в будущем. А сейчас они жизненно необходимы. Научно обоснованные экологические затраты должны рассматриваться как фактор влияния на структуру воспроизводства, как его объективное социальное условие.

31.5. Обеспечение человечества энергией и сырьем

Положение дел в мировой энергетике привлекает внимание широкого круга специалистов во всем мире. В энергетической проблеме выделяют два аспекта: природно-экономический, или глобальный, и социальный.

К числу природно-экономических факторов относится ограниченность мировых запасов нефти и газа, быстрый рост их потребления в последние десятилетия. С начала XX в. использование энергии в мире увеличилось в 10 раз и достигло 10 млрд. т условного топлива. Запасы ископаемого топлива в мире оцениваются в объеме 12,8 трлн. т условного топлива, в том числе запасы угля составляют 11,2 трлн. т, нефти — 0,74 трлн., газа — 0,63 трлн. т. Извлекаемые объемы топлива значительно меньше и составляют всего 3,8 трлн. т, в том числе угля — 76% этого количества, нефти — 9,7, газа — 13,1%.

Речь идет не об абсолютной нехватке топлива на планете. Сложности возникают в связи с тем, что структура запасов топлива резко отличается от сложившейся структуры потребления энергоносителей. Причиной трудностей в энергоснабжении развитых стран стало неравномерное географическое распределение топливных ресурсов, и в первую очередь, нефти.

Если взять запасы нефти, то 90% их расположено в развивающихся странах Ближнего и Среднего Востока, Латинской Америки и Юго-Восточной Азии, а основными потребителями ее являются США, Япония и страны Западной Европы. В то же время в мире произошла «углеводородная революция», т. е. осуществился переход от угля к углеводородному топливу — нефти и газу. Нефть стала основным энергоносителем. Неоправданно сократилось потребление угля. Доля твердого топлива снизилась с 67 до 22%, а суммарная доля нефти и газа увеличилась с 32 до 73%.

В 1973—1974 и в 1979—1981 гг. произошел резкий взлет цен на нефть. Сказались решительные действия в области ценообразования стран—членов ОПЕК. Мировые цены возросли в 19 раз, а с учетом инфляции — только в 6 раз. Стало ясно, что энергетика приобрела интернациональную значимость для судеб мирового развития.

Расчеты специалистов Международного энергетического агентства (МЭА) показывают, что запасы энергоресурсов составляют: угля — на 240 лет, нефти — на 30, а газа — на 50 лет. Не следует, конечно, сводить все запасы энергии к этим источникам. В ближайшей перспективе появятся новые источники энергии: термоядерная энергия, энергия плазмы. Тем не менее это всего лишь потенциальные источники а сегодня энергоресурсы черпаются из традиционных разведанных запасов.

Распределение запасов крайне неравномерно по территории Земного шара. Так, 2/3 запасов угля приходится на три страны: Россию, США и КНР. Аналогичная ситуация с разведанными и извлекаемыми запасами нефти и газа. Около 2/3 мировых запасов нефти сосредоточено в странах Ближнего и Среднего Востока, а 2/3 запасов газа приходится на долю трех стран: Россию, Иран, США.

Таким образом, проблема грозящего энергетического голода и исчерпаемости ресурсов не так остра. Однако неравномерность их размещения в условиях нарастающего потребления может осложнить международную обстановку.

В этой ситуации произошла перестройка структуры энергобалансов западных стран. В мировой экономике энергопотребление росло на 5,1% в год, энергоемкость валового внутреннего продукта снизилась на 15%, нефтеемкость валового внутреннего продукта снизилась на 29%.

Большинство стран выработали долгосрочные программы по энергетике. Они определили также следующие общие принципы решения энергетических проблем:

1) преимущественное использование угля и снижения потребления нефти;

2) последовательное развитие атомной энергетики при обеспечении мер безопасности для окружающей среды и населения;

3) вовлечение в энергетический баланс альтернативных источников энергии (торфы, сланцы, солнечная энергия, гейзеры, геотермальная энергия, энергия ветра, воды, рек, энергия приливов и отливов, термоядерная энергия, энергия плазмы);

4) активное проведение НИОКР в области энергетики;

5) осуществление мер по обеспечению экономного расходования и рационального использования энергоносителей.

Решение проблемы обеспечения энергоресурсами требует разностороннего международного сотрудничества всех стран. Такое сотрудничество осуществляется в разнообразных формах:

1) в рамках многочисленных организаций, которые проводят конференции, семинары, сбор и обобщение материалов;

2) страны выступают инициаторами разработки и осуществления совместных проектов в области энергетики, вырабатывают рекомендации;

3) страны сотрудничают по энергетическим вопросам в рамках ООН и ее специализированных органов;

4) постоянно действует Мировая энергетическая конференция;

5) многие страны входят в Международное энергетическое агентство, созданное в 1974 г. при Организации экономического сотрудничества и развития. Здесь дается оценка национальных энергетических программ и их реализации.

В результате принятых мер наметились структурные изменения в энергобалансах отдельных стран: сокращается потребление жидкого топлива; стабилизировалась доля потребления природного газа; растет удельный вес потребления угля

и атомной энергии. Например, на долю потребления угля в США приходится 24% всего энергопотребления, в странах Западной Европы — 19, на нефть — 42 и 43% соответственно, на природный газ — 23 и 22%, на гидроэнергию — 5 и 4%, на атомную энергию — 6 и 12% соответственно.

Существенным направлением решения энергетической проблемы является экономия энергии. Глобальный характер проблемы экономии энергии требует реализации разнообразных мер как в национальном, так и международном масштабах. Среди них важно выделить: обмен информацией, научно-техническое сотрудничество, развитие обмена новой энергосберегающей техникой и технологией.

Проанализируем глобальную проблему обеспеченности человечества сырьем, которое играет исключительно важную роль в международных экономических отношениях. Распределение сырья в мире отличается значительной неравномерностью. Содержание глобальной сырьевой проблемы, ее противоречия сводятся к следующему:

1) снабжение национальных хозяйств сырьем в развитых странах осуществляется в основном посредством его экспорта;

2) внешнеэкономические сырьевые связи постоянно нарушаются, что представляет основное противоречие сырьевой проблемы;

3) сырьевая проблема проявляется в неустойчивости предложения и спроса, в чередовании периодов избытка и дефицита сырья, скачкообразном колебании мировых цен;

4) существуют противоречия между монополиями в вопросах обеспеченности сырьем;

5) существуют противоречия между развитыми и развивающимися странами по вопросам экспорта-импорта сырья. Развивающиеся страны обладают крупными ресурсами сырья, поставляют его на мировой рынок. Это часто ставит их экономику в зависимость от мирового рынка сырья.

Мировая экономика неоднократно переживала периоды нехватки и удорожания сырья. Они совпадают обычно с фазой подъема экономического цикла. В первой половине 70-х годов недостаток сырья был исключительно острым и получил известность как сырьевой кризис. Мировые рыночные цены на сырье возросли в пять раз, цены на промышленные изделия — в два раза. Это послужило причиной серьезных нарушений в мировом хозяйстве.

На состояние сырьевой проблемы существенно повлияло снижение доли сырья в мировой торговле. В период с 1955 по 1975 г. эта доля снизилась в 2 раза. Причин снижения доли сырья в торговле несколько:

1) все страны, в том числе развивающиеся, стремятся поставить на мировой рынок не первичное сырье, а материалы, подвергшиеся обработке, или готовые изделия;

2) сырье экономно расходуется, снижается материалоемкость производства;

3) некоторые виды натурального сырья, например каучук, волокна, вытесняются искусственным сырьем;

4) растет добыча сырья в развитых странах;

5) растет потребление сырья в развивающихся странах.

В настоящее время большая часть производства и мировой торговли сырьем находится в руках транснациональных корпораций. Они контролируют мировые сырьевые рынки в следующих масштабах: рынки нефти — около 70%, бокситов — около 90, меди — 85, железной руды — 90, олова 80, хлопка — около 100%.

Одним из путей смягчения сырьевой проблемы для развитых стран является создание новых конструкционных материалов. Это заменители натурального сырья, например каучука, волокон, красителей. Новые материалы все чаще вытесняют черные и цветные металлы. Например, стекловолокно используется вместо меди в системах связи. Доля синтетических материалов в общем объеме сырьевых товаров составляет более 30%. Наиболее быстро развивается производство пластмасс, которое достигло в 80-е годы более 50 млн. т. Таким образом, сырьевая проблема принимает разнообразные формы проявления, порождает новые направления развития мировой экономики.

31.6. Освоение Мирового океана и космоса. Взаимосвязанный характер решения глобальных проблем

В современную эпоху человечество в своей хозяйственной деятельности обращается к освоению богатств Мирового океана. Мировой океан занимает 71% площади Земли. Отношение объема океанской пелагиали (толщина воды как среды обитания организмов) к объему тех слоев атмосферы, где возможна жизнь, составляет 183 : 1. Растения моря дают 70% годовой выработки кислорода на нашей планете. Океан является «всемирной фабрикой» погоды. Достаточно сказать, что охлаждение верхних 200 м воды на 1 °С приводит к нагреванию слоя воздуха в 4 км толщиной на 10 °С.

Поистине огромны запасы минеральных ресурсов океана. Однако их освоение делает лишь первые шаги.

Сегодня широко используются только нефть и газ океана. Здесь добывается примерно 1/3 нефти и газа, или 730 млн. т нефти и 330 млрд. куб. м природного газа. Наибольший удельный вес нефти, получаемой со дна моря, наблюдается в странах Западной Европы — 92%. К концу XX — началу XXI в. по прогнозам со дна океана будет добываться примерно 1/2 всего получаемого объема нефти и газа.

К морским источникам энергии и сырья также относятся:

1) тепловая энергия океана. Она равна 40 000 блн. кВт. А суммарная потребность человечества в энергии к 2000 г. составит лишь 33 блн. кВт;

2) энергия морских приливов. Их совокупный энергетический потенциал составил 27 блн. кВт. Этот потенциал уже сейчас широко используется в ряде стран;

3) морские залежи ценных минералов. Металлические конкреции (донные шарообразные образования диаметром около 25 см, состоящие из соединений окислов никеля, магния, кобальта, марганца и других металлов) покрывают 15% морского дна. Их общие запасы равны 1 трлн. т. В настоящее время со дна океана добывается 1/5 мировой добычи полезных ископаемых. В мире имеется 100 подводных шахт и рудников. Из морских россыпей добывается 70% ильменита, 30 — олова, 22 — кобальта, 6,2% — никеля;

4) биологические ресурсы океана. Они составляют 40% годовой продукции растительности Земного шара. В океане сосредоточено 80% запасов белка нашей планеты. Согласно прогнозным оценкам, добыча океанских биоресурсов может составить от 60 млн. до 7 млрд. т. От 20 до 40% населения покрывают свои потребности в животном белке за счет морепродуктов. Себестоимость рыбы в пять раз ниже, чем себестоимость мяса.

В последнее время в мировом рыболовстве уже ощущается ограниченность сырьевой базы. Ежегодный прирост улова в 1950—1970 гг. составлял 6—7%, в настоящее время он составляет лишь 1%. Угроза постепенного уничтожения

нависла над всей популяцией рыб, за счет которых в континентальном шельфе обеспечивается 95% мировой добычи рыбы. При самой рациональной эксплуатации рыбных ресурсов в будущем мировой улов не увеличится более чем на 1/4.

Нарушение экономического баланса Мирового океана как глобальная проблема включает следующие моменты:

1) подрыв сырьевой базы мирового рыболовства;

2) повышение доли углекислого газа в атмосфере в результате деятельности человека, уменьшение озонового слоя и усиление ультрафиолетового облучения земной поверхности. Все это сказывается не только на сухопутных, но и на морских организмах;

3) загрязнение Мирового океана сточными водами. Он принимает отходы промышленных производств, пестициды и химические удобрения вместе с водой впадающих в него рек, различные виды транспортного загрязнения. Ежегодно в моря и океаны сбрасывается 300 млн. т железа; 6,5 млн. т фосфора; 2,3 млн. т олова; 7 тыс. т ртути, еще 5 тыс. т ртути сливается в океан в составе остатков моторного топлива;

4) загрязнение Мирового океана нефтью. Ежегодно Мировой океан принимает 10 млн. т нефти и нефтепродуктов. Главная причина попадания нефти в морскую воду — катастрофы крупных танкеров, 1/3 общего загрязнения моря нефтью происходит именно из-за этого.

В результате активного загрязнения моря за последние 20 лет произошло падение первичной продуктивности фитопланктона в среднем на 20—30%. Экобаланс Мирового океана находится под угрозой. Наиболее загрязненным в настоящее время считается Северное море, а наиболее загрязненный океан — Атлантический.

Последствия неграмотного обращения с Мировым океаном нельзя «удержать» в границах национальных территориальных вод. Отрицательный экологический эффект переходит от одного государства к другому по следующим каналам:

1) с перемещением водных масс;

2) по трофной цепи (цепь питания) — от одного организма к другому;

3) с обменом веществ — от одной локальной экосистемы в другую. Так затрагиваются интересы всех прибрежных и не только прибрежных стран и народов.

Таким образом, глобальная проблема Мирового океана состоит в том, чтобы грамотно осваивать океан, чтобы не привести к пагубным последствиям для окружающей среды.

Международное сотрудничество в области освоения Мирового океана основывается на ряде документов:

1) в 1954 г. была заключена Международная конвенция ОЙЛПОЛ-54, которая охватила вопросы нефтяного загрязнения морей с бортов судов;

2) в 1973 г. ее заменила конвенция МАРПОЛ-73, где предусмотрены более жесткие допустимые нормы сброса загрязняющих веществ с борта судов;

3) в 1972 г. была подписана Лондонская конвенция о дампинге (захоронении отходов). В ней запрещен дампинг высокорадиоактивных веществ в море; к ней присоединилась 61 страна;

4) в 1985 г. на встрече стран—участниц Лондонской конвенции было решено наложить запрет на сброс в океан всех радиоактивных веществ;

5) в 1978 г. ряд государств ратифицировал конвенцию по предупреждению загрязнения морской среды из наземных источников;

6) в 1982 г. ООН принята Конвенция по морскому праву. В ней закреплены суверенные права государств на территориальные воды, воздушное пространство и морское дно в пределах 12 морских миль. Конвенция подтвердила права прибрежных государств на континентальный шельф, закрепила 200-мильные исключительные зоны, в пределах которых каждая страна вправе осуществлять свой экономический суверенитет. Конвенцию не подписали США, Англия, Италия, Бельгия и ряд других стран.

Тем самым сделаны первые шаги по пути мирного и рационального освоения богатейших ресурсов Мирового океана.

Особую роль в дальнейшем развитии производительных сил человечества играет освоение космического пространства. Первые шаги в освоении космоса оказались в ряду величайших достижений человеческого гения. Космонавтика определяет уровень научно-технического развития страны. В то же время она открывает возможности для решения целого комплекса таких глобальных проблем, как:

1) развитие внутренних и международных систем связи;

2) долгосрочное прогнозирование погоды;

3) навигация морского и воздушного транспорта;

4) получение обширной информации о структуре морского дна, составе почвы и растительности, прогнозирование урожайности, оптимальных темпов сельскохозяйственных работ, определение формирования стока рек, осуществление поиска пресной воды и полезных ископаемых;

5) космические станции способствуют решению энергетической проблемы. Благодаря космическим устройствам можно перерабатывать солнечную энергию в тепловую и электрическую. Тем самым можно сохранить земные ресурсы, вынести в космос вредные токсичные и энергоемкие производства;

6) космонавтика открывает большие возможности для создания глобальной геофизической информационной системы, которая поможет разработать модель Земли;

7) космонавтика стимулирует развитие и совершенствование таких отраслей, как машиностроение, электроника, вычислительная техника, энергетика и др.

Задачи по освоению космоса требуют международных усилий. Это диктуется интернационализацией производства и возрастающей стоимостью отдельных проектов и экспериментов, проводимых в космосе. Необходимо охарактеризовать следующие формы международного сотрудничества в области космоса;

1) программа космического сотрудничества социалистических стран «Интеркосмос», которая была принята в апреле 1967 г. В выполнении программы принимали участие следующие страны: ЧССР, ПНР, ГДР, НРБ, ВНР, СРВ, Куба, МНР, СССР, а также космонавты Франции, Индии, Сирии, Афганистана. С исчезновением мировой системы социализма прекратила свое существование и программа «Интеркосмос»;

2) Всемирная и Европейская организация спутниковой связи;

3) Европейское космическое агентство (1975 г.). Оно координирует деятельность 11 стран в области исследования и использования космического пространства в мирных целях;

4) Национальное управление по аэронавтике и космическому пространству (НАСА) США. Оно сотрудничает с Канадой, Японией и ЕКА в области освоения космоса;

5) совместная программа в космосе между СССР и США «Союз — Аполлон» (1975 г.).

Вместе с тем ведутся исследования, связанные с использованием космоса в военных целях. В марте 1983 г. в США принята долгосрочная программа «стратегической оборонной инициативы» (СОИ). Это самый крупный проект за последние 50 лет, включая программы полета на Луну и «Аполлон». Ряд стран поддерживает программу СОИ: Англия, Германия, Франция и Япония. Важно предотвратить распространение оружия в космос. Для этого необходимо взаимодействие всех стран.

Глобальные проблемы — это не разрозненные явления и процессы. Как мы убедились, они тесно связаны. К их решению нужны новые подходы и практические меры, исходящие из целостного мира, необходимости сотрудничества в планетарном масштабе.

Вместо послесловия

Книга доктора экономических наук, профессора Александра Федоровича Шишкина — далеко не единственный, но из вновь появившихся, успевший уже себя положительно зарекомендовать учебник по теоретической экономике, предлагаемое издание которого подготовлено на территориальном учебно-консультационном пункте Московского государственного социального университета в г. Воронеже, где автор читает одноименный курс будущим социальным работникам и юристам.

Первое издание учебника профессора Шишкина А.Ф. нашло широкий отклик в академических кругах, получило исключительно высокую оценку специалистов как одно из самых лучших изданий России. Учебник распространен Главным управлением высших учебных заведений Министерства сельского хозяйства и продовольствия Российской Федерации по всем аграрным университетам, сельскохозяйственным академиям, институтам и колледжам, где по нему обучаются десятки тысяч студентов.

Данное издание учебника профессора Шишкина А.Ф. адресовано широкому кругу будущих экономистов многих других отраслей макроэкономики: промышленности, строительства, транспорта, торговли, будущим специалистам маркетинга и гуманитарной сферы жизнедеятельности общества. Представленная их вниманию книга дает возможность системно и комплексно познакомиться с актуальными направлениями развития современной экономической теории, методологическими проблемами оценки эффективности формирования ее рациональной структуры. Предложенные в учебнике теоретические и методические решения имеют особое значение для осмысления современных форм хозяйствования и рациональной социальной структуры общества, поскольку способствуют глубокому пониманию студентами направлений его практического продвижения по пути социально-экономических реформ.

Вместе с тем публикуемый учебник представляет хотя и важный, но все же первый шаг в области отечественного научно-методического анализа и изложения экономической теории по новой логической схеме, отражающей требования современных государственных стандартов высшего образования по экономическим специальностям. Путь к более точному осмыслению существующих в этой области научно-методических проблем и их более эффективному преподаванию в вузах России откроют последующие дополненные и переработанные издания предлагаемого учебника.

Публикуемая книга является методологической попыткой продвинуться вперед в решении проблем теоретической экономики на таком уровне, который, как мы надеемся, может быть весьма полезен для запросов педагогической практики и внимания научной критики.

Ю. Ярецкий

Воронеж,
10 апреля 1996 г.

1. *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. 4-е изд. Пер. с англ. М.: Дело ЛТД, 1994.

2. *Гэлбрейт Дж.* Экономические теории и цели общества: Пер с англ. М.: Прогресс, 1976.

3. *Долан Э.Дж., Кэмпбелл К.Д., Кэмпбелл Р.Дж.* Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. М.;Л., 1991.

4. *Долан Э.Дж., Линдсей Д.* Микроэкономика. СПб., 1994.

5. *Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1978.

6. *Кенэ Ф.* Избранные экономические произведения. М.: Соцэкгиз, 1960.

7. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990.

8. Курс экономической теории / Под общ. ред. М.Н.Чепурина, Е.А.Киселевой. Киров, 1994.

9. *Ленин В.И.* Развитие капитализма в России. Процесс образования внутреннего рынка для крупной промышленности // Он же. Полн. собр. соч. Т. 3.

10. *Ленин В.И.* Аграрный вопрос и «критики Маркса» // Он же. Полн. собр. соч. Т. 5.

11. *Ленин В.И.* Новые данные о законах развития капитализма в земледелии // Он же. Полн. собр. соч. Т. 27.

12. *Макконелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: Принципы, проблемы и политика. 11-е изд.: В 2 т.: Пер. с англ. Т. 1—2. М.: Республика, 1992.

13. *Маркс К.* К критике политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 13.

14. *Маркс К.* Капитал. Критика политической экономии. Т. 1—3 // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23—25.

15. *Маркс К.* Теории прибавочной стоимости [Капитал. Т. 4] // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 26, ч. 1—3.

16. *Маркс К.* Математические рукописи. М.: Наука, 1968.

17. *Маршалл А.* Принципы политической экономии.: Пер. с англ. Т. 1—3. М.: Прогресс, 1984.

18. *Милль Дж.С.* Основы политической экономии.: Пер. с англ. Т. 1—3. М.: Прогресс, 1980.

19. *Монден Я.* «Тоёта»: методы эффективного управления: Сокр. пер. с англ. М.: Экономика, 1989.

20. *Петти В.* Экономические и статистические работы. Т. 1—2. М.: Соцэкгиз, 1940.

21. *Пигу А.* Экономическая теория благосостояния.: Пер. с англ. Т. 1—2. М.: Прогресс, 1985.

22. *Пиндайк Р., Рубинфельд Д.* Микроэкономика. М.: Экономика; Дело, 1992.

23. *Рикардо Д.* Начала политической экономии и налогового обложения // Он же. Сочинения. Т. 1 М.: Госкомиздат, 1955.

24. *Робинсон Дж.* Экономическая теория несовершенной конкуренции: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1986.

25. Рыночная экономика: Учебник: В 3 т. Т. 1, ч. 1. М.: Соминтек, 1992.

26. *Самуэльсон П.* Экономика: В 2 т. Т. 1—2. М.: МГП «Алгон», 1992.

27. *Селигмен Б.* Основные течения современной экономической мысли: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1968.

28. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Соцэкгиз, 1962.

29. *Туган-Барановский М.И.* Основы политической экономии. 3-е изд., перераб. Петроград: Право, 1915.

30. *Тюрго А.* Избранные экономические произведения. М.: Соцэкгиз, 1961.

31. Учебник по основам экономической теории. М.: ВЛАДОС, 1994.

32. *Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р.* Экономика: Пер. с англ. М.: Дело ЛТД, 1993.

33. *Хикс Дж. Р.* Стоимость и капитал. М., 1993.

34. Экономика и бизнес / Под ред. В.Д.Камаева. М.: Изд-во МГТУ, 1993.

35. *Энгельс Ф.* Карл Маркс. «К критике политической экономии» // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 13.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Раздел 4. МИКРОУРОВЕНЬ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 21. Регулирование рыночной экономики. Равновесие рынка

21.1. Возможность и необходимость государственного регулирования рыночной экономики 3
21.2. Методы государственного регулирования рыночной экономики 8
21.3. Антимонопольная и фискальная политика государства 12
21.4. Регулирование спроса и предложения. Равновесие рынка 18
21.5. Неоклассическая и кейнсианская концепция регулирования рыночной экономики 22

Глава 22. Фирма как агент рыночной экономики. Предпринимательская деятельность

22.1. Фирма как основное звено микроэкономики 29
22.2. Сущность предпринимательской деятельности 3
22.3. Формы предпринимательской деятельности. Малый и средний бизнес 41
22.4. Трудовой коллектив и его социально-экономические функции. Хозяйственное самоуправление 50

Глава 23. Кругооборот и оборот капитала фирмы

23.1. Функциональные формы промышленного капитала. Кругооборот капитала фирмы 55
23.2. Производство и обращение. Оборот капитала фирмы. Время производства и обращения 60
23.3. Основной капитал фирмы и его оборот 66
23.4. Оборотный капитал и капитал обращения фирмы. Оборотные средства фирмы 76
23.5. Общий оборот промышленного капитала. Особенности оборота капитала в сельском хозяйстве 81

Глава 24. Издержки производства и прибыль фирмы

24.1. Сущность и виды издержек производства фирмы 87
24.2. Себестоимость продукции фирмы. Основные пути снижения себестоимости 94
24.3. Чистый доход и прибыль фирмы 101
24.4. Экономическое содержание рентабельности 109

Глава 25. Ценообразование на факторы производства фирмы. Ценовой механизм

25.1. Рынки факторов производства. Редкость, ограниченность, спрос и предложение факторов производства 114
25.2. Виды и уровни цен на факторы производства 123
25.3. Взаимозамещение факторов производства и динамика их цен 132
25.4. Сущность и функции цены. Принципы ценообразования 137
25.5. Система цен и их структура. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве 145

Глава 26. Фирма и работник. Заработная плата. Социальная защита населения

26.1. Сущность, формы и система заработной платы. Тенденция производительности труда и заработной платы в рыночной экономике 153
26.2. Сущность, структура и роль общественных (социальных) фондов потребления 163
26.3. Трудовые отношения на фирме. Занятость и рынок труда. Биржи труда 168
26.4. Тенденции заработной платы и цен. Профсоюзы и их взаимодействие с фирмами и государством 174

26.5. Социальная защищенность в рыночной экономике. Система и источники социальной защиты 180
26.6. Экономическая свобода и гражданское общество 184

Глава 27. Планомерность и внутрифирменное планирование

27.1. Объективные основы и сущность планомерного развития производства 189
27.2. Пропорциональность и планомерность. Диспропорции в экономике фирмы и пути их устранения 194
27.3. Сущность, принципы и методы планирования 199
27.4. Бизнес-план как результат стратегического и тактического планирования деятельности фирмы 205
27.5. Прогнозирование деятельности фирмы 212

Глава 28. Хозяйственный механизм и основы маркетинговой деятельности фирмы

28.1. Сущность, структура и функции хозяйственного механизма. Хозяйственные реформы 215
28.2. Экономическое стимулирование хозяйственной деятельности и коммерческий расчет фирм 223
28.3. Понятие, цели и сфера маркетинговой деятельности фирмы 230
28.4. Роль маркетинга в формировании потребностей. Классификация потребностей 238
28.5. Маркетинговая информация и модель поведения покупателя 244
28.6. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка 253
28.7. Методы распространения товаров 258
28.8. Движение товарной массы и методы его ускорения. Реклама 262

Раздел 5. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Глава 29. Мировое хозяйство и его эволюция

29.1. Возникновение и сущность системы мирового хозяйства 266
29.2. Сущность международного разделения труда. Интернационализация производства 270
29.3. Формирование мировой инфраструктуры. Формы научно-технического обмена 273
29.4. Международная миграция рабочей силы 278
29.5. Национальные и интернациональные факторы мирового экономического развития. Противоречия международных экономических взаимосвязей 281
29.6. Включение российской экономики в систему мирового хозяйства 287

Глава 30. Мировой рынок и международные финансы

30.1. Особенности современного мирового рынка. Динамика и структура международной торговли 291
30.2. Валютные отношения. Международный валютный рынок. Платежный баланс и валютный курс 296
30.3. Мировой рынок золота. Золотые аукционы 304
30.4. Кредитование в международной торговле. Основные формы международного кредита 309

Глава 31. Глобальные проблемы развития мировой экономики

31.1. Сущность глобальных мировых проблем, их виды и опасность. Необходимость международного сотрудничества в решении глобальных проблем 316
31.2. Национальные и глобальные проблемы конверсии 319

31.3. Пути сокращения зон нищеты, голода и болезней в мире 324
31.4. Масштабы угрозы и пути решения экологических проблем 328
31.5. Обеспечение человечества энергией и сырьем 332
31.6. Освоение Мирового океана и космоса. Взаимосвязанный характер решения глобальных проблем 336
Вместо послесловия 342
Рекомендуемая литература 344

Учебное издание

Шишкин Александр Федорович

ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Зав. редакцией *Е.С.Ивашкина*
Редакторы *Л.М.Батищева, С.А.Дубова, Н.В.Ульянова*
Компьютерная верстка *Ю.В.Одинцова*
Художник обложки *Г.В.Самойлик*
Корректор *Л.С.Верещагина*

Лицензия ЛР № 064380 от 4.01.96 г.

Сдано в набор 1.03.96. Подписано в печать 23.09.96.
Формат 60×90/16. Печать офсетная. Усл. печ. л. 22.
Тираж 20 000 экз. Заказ №3074

Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС.
117571, Москва, просп. Вернадского, 88,
Московский педагогический государственный университет,
тел./факс 932-56-19, тел. 437-99-98.

Изготовлено в ГУИПП «Курск».
305007, Курск, ул. Энгельса, 109.

Для заметок