

ЭКОНОМИКА

Г. Э. Королёва
Т. В. Бурмистрова

10 – 11
классы

Экономика

**Г. Э. Королёва
Т. В. Бурмистрова**

10–11 классы

Базовый уровень

Учебник

Допущено
Министерством просвещения
Российской Федерации

*11-е издание,
стереотипное*

**Москва
«Просвещение»
2023**

УДК 373.167.1:33+33(075.3)
ББК 65я721
К68

Учебник допущен к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования организациями, осуществляющими образовательную деятельность, в соответствии с Приказом Министерства просвещения Российской Федерации № 254 от 20.05.2020 (в редакции приказа № 766 от 23.12.2020).

Издание выходит в pdf-формате.

- Королёва, Галина Эриковна.**
К68 Экономика : 10–11-е классы : базовый уровень : учебник : издание в pdf-формате / Г. Э. Королёва, Т. В. Бурмистрова. — 11-е изд., стер. — Москва : Просвещение, 2023. — 223, [1] с. : ил.
ISBN 978-5-09-108779-6 (электр. изд.). — Текст : электронный.
ISBN 978-5-09-103695-4 (печ. изд.).
Теоретический материал учебника охватывает экономические понятия курса экономики (базового уровня), систематизирует их состав и взаимосвязи. Текст иллюстрирован схемами, графиками, статистическими данными по экономике России.
Учебник адресован учащимся школ, гимназий, колледжей, изучающим курс экономики, а также может быть использован в учебном процессе по любым программам экономического образования.
Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту среднего общего образования.

УДК 373.167.1:33+33(075.3)
ББК 65я721

ISBN 978-5-09-108779-6 (электр. изд.)
ISBN 978-5-09-103695-4 (печ. изд.)

© Королёва Г. Э., Бурмистрова Т. В., 2012
© Королёва Г. Э., Бурмистрова Т. В., 2019,
с изменениями
© АО «Издательство «Просвещение», 2021
© Художественное оформление.
АО «Издательство «Просвещение», 2021
Все права защищены

Содержание

Введение	7
-----------------------	---

Часть I. Экономика и человек. Экономика фирмы

§ 1. Что изучает экономика	10
1. Экономика: наука и хозяйство	11
2. Потребности и блага	12
3. Факторы производства	14
4. Ограниченность ресурсов	16
§ 2. Проблема выбора	18
1. Рациональное поведение людей в экономике	18
2. Альтернативная стоимость	18
3. Производственные возможности	19
§ 3. Экономическая система	24
1. Главные вопросы экономики	24
2. Типы экономических систем	25
3. Смешанная экономическая система	28
§ 4. Спрос	31
1. Закон спроса	31
2. Спрос и величина спроса	33
3. Факторы спроса	34
§ 5. Предложение	38
1. Закон предложения	38
2. Предложение и величина предложения	40
3. Факторы предложения	41
§ 6. Рыночное равновесие	45
1. Равновесная цена и равновесное количество	45
2. Нарушение рыночного равновесия	47
§ 7. Конкуренция и её виды	50
1. Совершенная конкуренция	51
2. Монополистическая конкуренция	52
3. Олигополия	53
4. Монополия	54

§ 8. Формы организации бизнеса	58
1. Понятие предпринимательства	58
2. Индивидуальная деятельность	60
3. Хозяйственные товарищества и общества	61
4. Акционерное общество	63
§ 9. Экономика фирмы	67
1. Финансовые показатели фирмы	67
2. Виды издержек фирмы	69
3. Средние издержки	71
§ 10. Источники финансирования фирмы	75
1. Внутренние и внешние источники финансирования	76
2. Виды ценных бумаг	77
3. Надёжность и доходность ценных бумаг	78
§ 11. Менеджмент	80
1. Основные принципы менеджмента	81
2. Экономические цели предприятия	82
3. Функции управления	83
4. Организационная структура управления предприятием	84
§ 12. Маркетинг	86
1. Основные элементы маркетинга	86
2. Реклама: достоинства и недостатки	87
3. Виды рекламных стратегий	88
§ 13. Рынок труда	90
1. Особенности рынка труда	90
2. Заработная плата	91
3. Производительность труда	94
§ 14. Финансы семьи	98
1. Зачем нужно составлять семейный бюджет	98
2. Доходы семьи	99
3. Расходы семьи	99
4. Потребительский кредит	102
5. Неравномерность распределения доходов	103

Часть II. Государство и экономика

§ 15. Предмет макроэкономики	108
1. Макроэкономические агенты	109
2. Макроэкономические рынки	110
3. Экономический кругооборот	111
§ 16. Валовой внутренний продукт	113
1. Что включается в состав ВВП	114
2. Измерение ВВП	117
3. Номинальный и реальный ВВП	119
§ 17. Экономический рост	121
1. Содержание экономического роста	122
2. Факторы экономического роста	123
§ 18. Экономический цикл	125
1. Фазы экономического цикла	125
2. Причины экономических циклов	126
3. Виды экономических циклов	127
§ 19. Денежное обращение	130
1. Возникновение денег и виды денег	130
2. Функции денег	132
3. Ликвидность	134
§ 20. Инфляция	136
1. Сущность инфляции	137
2. Виды и причины инфляции	138
3. Социально-экономические последствия инфляции	140
§ 21. Банковская система в России	142
1. Из истории банковского дела	142
2. Коммерческие банки	144
3. Банк России	145
4. Монетарная политика Банка России	146
5. Другие финансовые организации	149
§ 22. Роль государства в экономике	151
1. Экономические функции государства	152
2. Финансы государства	153
3. Бюджетно-налоговая политика государства	156

§ 23. Налоги	160
1. Функции налогов	161
2. Виды налогов	164
3. Системы налогообложения	165
4. Кривая Лаффера	167
§ 24. Безработица	169
1. Занятые и безработные	169
2. Типы безработицы	170
3. Уровень безработицы	172
§ 25. Международная торговля	176
1. Абсолютное и сравнительное преимущество	176
2. Современные тенденции развития мирового хозяйства ..	178
3. Валютный рынок	180
4. Государственная политика в области международной торговли	182

Приложение

Проверьте себя	187
Темы творческих работ	201
Проект «Бизнес-план малого предприятия»	202
Особенности современной экономики России	208
Словарь	213
Интернет-ресурсы	223

Введение

Дорогие друзья!

Среди школьных предметов есть несколько особенных, так называемых социально активных предметов, которые помогают лучше адаптироваться к современным условиям жизни и подготовиться к трудовой деятельности. Одним из таких предметов является *экономика*.

Ваши ровесники иногда говорят: зачем мне экономика, я не собираюсь быть продавцом или бизнесменом, я буду художником (врачом, учёным, программистом). Вероятно, они думают, что, выбрав неэкономическую профессию, будут застрахованы от конкуренции, инфляции и безработицы, что им не придётся иметь дело с семейным бюджетом, налогами и банковскими кредитами. Это заблуждение.

Изучая экономику, вы узнаете «правила игры», действующие в рыночной системе. Вам уже знакомы многие экономические термины: прибыль и предпринимательство, доходы и расходы, спрос и предложение, рынок, деньги, банк, фирма, монополия и т. д. Однако весь этот «багаж» необходимо аккуратно «разложить по полочкам», чтобы увидеть целостную картину современной жизни.

Экономически грамотный человек способен не только выдвигать новые идеи, но и оценивать возможные варианты, принимать эффективные решения в условиях ограниченности ресурсов. Экономические знания помогут вам сориентироваться в выборе профессии, дальнейшего образования. Вооружившись этими знаниями, вы сможете наиболее полно реализовать свои способности в любой сфере деятельности. Художник с экономическим образованием окажется более конкурентоспособным, чем остальные художники. То же самое можно сказать и о враче, учёном, программисте и т. д.

Работая с учебником, вы получите представление об основных понятиях рыночной экономики, о механизме конкуренции, формах организации бизнеса, формировании доходов населения, государственном бюджете, денежном обращении и многом другом. В учебнике рассматриваются примеры из российской действительности, приводится статистический материал, характеризующий экономическую ситуацию в России в сравнении с другими странами.

Текст учебника иллюстрирован схемами, которые помогут вам понять структуру излагаемого материала, запомнить состав и взаимосвязи экономических понятий, а при подготовке к экзамену — быстро повторить тему.

Изучая экономику, вы увидите, как тесно она переплетается с другими школьными предметами, прежде всего с историей и обществознанием.

Эти предметы дополняют друг друга, позволяя по-новому взглянуть на уже известные вам события.

Современная экономика не может обойтись без построения моделей, применения формул, графиков, расчётов. Выполняя предложенные в учебнике задания, вы сможете овладеть элементарными навыками решения экономических задач, и для этого вам пригодится знание математики. Следует обратить внимание, что многие экономические термины даются на русском и английском языках, так как существуют общепринятые международные обозначения. Чтобы быть в курсе экономических событий, вам необходимы знания по информатике, навыки работы с интернет-ресурсами. Кроме того, практика показывает, что изучение экономики повышает самооценку и помогает преодолевать трудности в постижении других наук.

Экономика — развивающаяся наука. Имея базовое экономическое образование и постоянно пополняя багаж знаний на основе имеющихся источников информации, вы сможете со знанием дела оценивать события общественной и политической жизни (даже делать некоторые прогнозы на будущее), свободно ориентироваться в новейших тенденциях рынка и использовать его возможности для улучшения своего благосостояния.

Вы получили возможность уже в школьные годы оценить свои способности к экономике. Некоторые из вас задумаются о собственном бизнесе. Для них сделаем уточнение: возможно, главным препятствием развития предпринимательства является не столько ограниченность ресурсов, сколько ограниченность наших идей. Мы зачастую не смеем мечтать, ошибочно полагая, что всё равно ничего не выйдет. «Никакой ветер не бывает попутным для того, у кого нет порта назначения» (М. Монтень). Практика показывает, что, как только появляется настоящая цель, сразу находятся и необходимые ресурсы.

Учебник состоит из двух частей, включающих 25 параграфов. Каждую часть предваряют проблемные вопросы, на которые вам предстоит ответить после изучения материала части. Каждый параграф завершают выводы, основные опорные понятия, а также вопросы и задания.

Приложение в конце учебника содержит таблицы «Проверьте себя», которые включают верные и неверные утверждения. Каждая правильно заполненная таблица добавит в ваш актив 50 «условных единиц». Накопленная сумма будет вашим «стартовым капиталом» в экономическом образовании, который вам придётся наращивать всю жизнь независимо от вашей будущей профессии. Также в Приложение входят: темы творческих работ; статистические таблицы, в которых представлены социально-экономические показатели России; словарь и список интернет-ресурсов.

Наш учебник — это часть большого учебно-методического комплекта, который включает также практикум в двух частях (по микро- и макроэко-

номике), раздаточные материалы по каждой теме и электронную форму учебника. Опираясь на весь учебный материал, вы сможете сформировать собственную экономическую компетентность, достаточную для принятия обоснованных решений не только на контрольных и экзаменах, но и в реальных жизненных ситуациях.

Пусть этот учебник всегда будет у вас под рукой, и он ещё не раз выручит вас.

Авторы



Часть I. Экономика и человек. Экономика фирмы

В чём заключается главная проблема экономики?

Почему люди, фирмы и целые страны вынуждены делать выбор и чем-то жертвовать при принятии экономических решений?

Кто главнее на рынке: продавцы или покупатели?

Кому выгодна конкуренция?

Что влияет на нашу зарплату? Какие доходы может иметь семья?

О чём говорят наши расходы?

Вы сможете ответить на эти вопросы, когда прочтёте часть I учебника.

§ 1. Что изучает экономика

Кого могут волновать экономические проблемы? Вероятно, всех, кто занимается экономической деятельностью. Активными участниками экономической деятельности являются:

- те, кто производит товары и услуги: работники заводов и фабрик, электростанций и строительных организаций, ресторанов и больниц, театров и телевидения, транспорта и др.;
- те, кто занят торговлей в универсамах и палатках, на оптовых базах и в торговых сетях;
- те, кто занят в сфере денежного обращения: работники банков, обменных пунктов, валютных бирж;
- государство: оно устанавливает правила игры и собирает налоги, финансирует науку и образование, армию и полицию, выплачивает пенсии и пособия;
- те, кто потребляет товары и услуги: это каждый из нас, в том числе и вы, уважаемые читатели.

Все перечисленные процессы подчиняются определённым законам. Чтобы принимать грамотные решения в повседневной практике, необходимо изучить эти законы и принципы поведения участников экономической деятельности.

1. Экономика: наука и хозяйство

В переводе с греческого слово «экономика» буквально означает «учение о ведении домашнего хозяйства». В современном мире хозяйство ведётся и управляется не только в рамках семьи или города, но и в пределах региона, страны, всего мира. Оно организовано не только по территориальному, но и по производственному признаку, в рамках предприятий, отраслей, корпораций, многие из которых являются многонациональными и влияют на жизнь людей разных стран.

В современном русском языке это слово имеет два значения: «экономика как хозяйство страны» и «экономика как научная дисциплина, экономическая теория».

Экономика как хозяйство включает ресурсы, предприятия, домашние хозяйства, систему законодательства, структуру государственных органов, сложившиеся в обществе формы собственности, традиционный образ жизни.

Экономика как наука изучает экономические отношения, законы и категории производства, распределения, обмена и потребления материальных и нематериальных благ и услуг. Более полное определение экономики как науки мы сможем сформулировать, когда выясним, в чём заключается главная проблема экономики.

Экономическая наука изучает экономические отношения на разных уровнях.

Микроэкономика изучает поведение отдельных потребителей, отдельных фирм, а также отраслевые и региональные рынки, рынки факторов производства, проблему внешних эффектов. При этом масштабы объекта изучения могут быть мелкими и очень крупными. Например, объектами изучения микроэкономики являются рынки велосипедов, смартфонов и MP3-плееров, местные рынки рыбы и пшеницы, земли, капитала, рынки автомобильной промышленности и электроэнергетики и т. д.



Макроэкономика изучает экономику страны как единое целое. Объектами изучения макроэкономики являются экономический рост, инфляция, безработица, денежное обращение, налоговая система, государственный бюджет, международная торговля.



Микро- и макроэкономика связаны между собой. Выводы, которые могут быть сделаны в результате микроэкономического анализа, используются в макроэкономике, и наоборот, государственные решения макроэкономического уровня непосредственно влияют на ситуацию в каждой семье, на каждом предприятии.

2. Потребности и блага

Из курса обществознания вы помните, что каждый из нас имеет потребности: в еде и одежде, в учёбе и развлечениях и т. д.

Потребности выражают необходимость владеть чем-либо для осуществления жизнедеятельности и развития личности. Прежде всего должны быть удовлетворены потребности, которые являются условием жизни, — это потребности в воздухе, воде, еде, одежде, жилище. Условно их называют *первичными*. Особое место в жизни человека занимают *духовные* потребности, например потребность читать книги, слушать музыку, смотреть фильмы, ходить в театры, путешествовать. *Социальные* потребности — это потребности в дружбе, любви, уважении, самоуважении. Люди испытывают потребность в образовании, в изучении природы и общества. Каждый человек индивидуально определяет, какие потребности являются для него приоритетными. Для кого-то из вас приоритетом являются компьютерные игры или модная одежда, для других — учёба, карьера, а кто-то назовёт дружбу, любовь...

Характер потребностей зависит от многих обстоятельств: климата, обычаев, религиозных убеждений, уровня жизни в стране, степени развития производства. Потребности развиваются, видоизменяются под влиянием информации. Новая информация создаёт новые потребности и способ-

ствует качественному изменению уже существующих потребностей. Важную роль в формировании наших потребностей играет реклама, которая информирует о новых товарах, их свойствах. Потребности растут безгранично.

? Вспомните ситуацию, когда информация повлияла на круг ваших потребностей.

Потребности могут быть удовлетворены с помощью благ. **Блага** — это средства, удовлетворяющие потребности. Различают блага свободные и экономические.

Свободные блага не ограничены и доступны всем, кто в них нуждается: воздух, солнечный свет, дождевая вода, родниковая вода, энергия ветра, ягоды в лесу, рыба в море и т. д.

Большинство благ являются ограниченными, платными. Это **экономические блага**. Именно с этим типом благ имеет дело экономическая теория. Экономическими благами являются пищевые продукты, одежда, жильё, мебель и пр. Люди потребляют экономические блага в виде товаров и услуг.

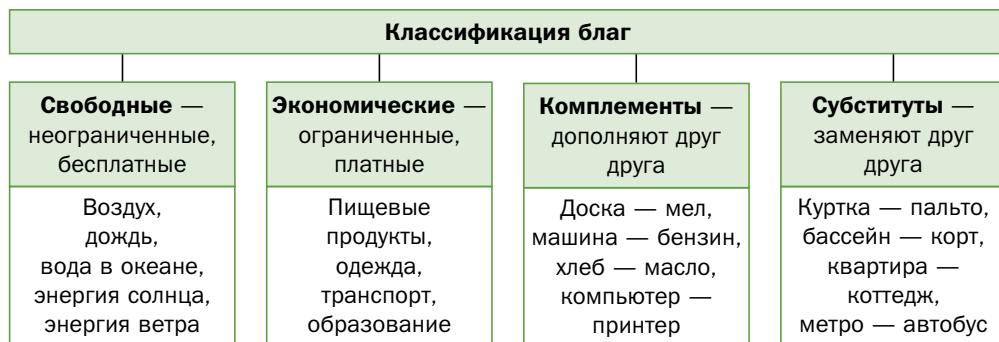
Товар — это продукт, произведённый для потребления или обмена, например мороженое, куртка, телефон, компьютер, автомобиль, квартира.

Услуга — это деятельность, обладающая определённой ценностью, например образование, медицинское обслуживание, кино, театр, транспортные услуги.

Блага, дополняющие друг друга, называются **комплементарными** благами или **комплементариями**. Например: компьютер — принтер — сканер — звуковые колонки.

Блага, заменяющие друг друга, называются **субститутами**. Например: куртка — пальто; автобус — такси.

Более наглядно классификация благ может быть представлена в виде схемы.



? Приведите свои примеры товаров-комплементов и товаров-субститутов.

3. Факторы производства

Для создания экономических благ необходимы ресурсы: трудовые, природные, материальные.



Какие ресурсы потребуются, чтобы испечь пирог?

Вероятно, вы назовёте муку, масло, сахар, молоко, а ещё плиту, посуду, воду. Если подумаете, то вспомните про повара с поварёнком, электро-энергию, кухню, на которой они будут печь пирог, даже время, нужное для выпечки, и ещё десяток всего необходимого.

Экономисты объединяют все ресурсы, требующиеся для производства любого товара, в четыре группы так называемых факторов производства. **Факторы производства** — ресурсы, которые непосредственно участвуют в производстве товаров и услуг. Это труд, земля, капитал и предпринимательство.

Труд — это непосредственное приложение физических и умственных способностей людей в процессе создания экономических благ. Величина этого фактора в целом по стране определяется количеством населения в трудоспособном возрасте, уровнем образования людей, их квалификацией, мотивацией к труду. Собственник трудового ресурса получает доход, называемый *заработной платой*.

Трудовые ресурсы — это люди любых специальностей: рабочие, инженеры, учёные, учителя, врачи и т. п. Даже безработный является трудовым ресурсом, поскольку он готов работать. Не являются трудовыми ресурсами дети, учащиеся, пенсионеры, домохозяйки и некоторые другие группы населения. Подробнее этот вопрос будет рассмотрен в § 24 «Безработица».



Является ли трудовым ресурсом робот, используемый на производстве? Собака, охраняющая территорию завода?

Земля — это условное название всех видов природных ресурсов, включающих участки земли, а также леса, водные ресурсы рек, морей, океанов, месторождения полезных ископаемых. Собственник природных ресурсов получает доход, который называется *рендтой*.

Капитал — это созданные человеком средства производства: здания, сооружения, оборудование, транспорт, материалы, полуфабрикаты. Доход собственника капитала — *процент*.

Чтобы не ошибиться в классификации тех или иных ресурсов, следует иметь в виду, что земельные ресурсы созданы природой, а капитальные — человеком; в капитальных ресурсах заложен прошлый человеческий труд. Например, нефть и бензин: что из них является земельным ресурсом,

а что — капитальным? Нефть — это природный ресурс, земля, а бензин — капитал, произведённый человеком. Вода в озере и вода в водопроводе: природным ресурсом является вода в озере, капитальным — водопроводная вода. Рыба в море — это природный ресурс, рыба на консервном заводе — капитал.

? Верно ли утверждение, что мука, кастрюля, кухня, электричество — это всё капитал?

Физический, или реальный, капитал, который является фактором производства, следует отличать от денежного капитала. Деньги — это средство для покупки факторов производства, но они *не* фактор производства.

Четвёртый фактор производства — предпринимательство — соединяет названные три фактора (труд, землю, капитал). **Предпринимательство** — инициативная новаторская деятельность, готовность к ведению дела в условиях риска. Это сам предприниматель, а также его идеи, новшества, ноу-хау, умение принимать решения и идти на риск. Условно к этому фактору относят и время.

Доход предпринимателя — *прибыль*. Вкладывая средства в покупку факторов производства, предприниматель не имеет гарантии, что бизнес будет успешным, прибыльным. Он рискует, открывая свою фирму. Прибыль предпринимателя — это плата не только за предпринимательство, но и за риск.

Некоторые авторы выделяют ещё *информацию* как самостоятельный фактор производства. Однако информация сама по себе не участвует в процессе производства, она является частью факторов производства. Так, определённой информацией обладают наёмные работники; информация о технологических процессах является неотъемлемой частью реального, физического, капитала; предприниматели используют деловую информацию, идеи, новшества, ноу-хау. Независимо от отнесения информации к той или иной группе факторов производства значение её в экономике велико. Как говорил британский премьер-министр Б. Дизраэли, «в жизни, как правило, преуспевает больше других тот, кто располагает лучшей информацией».

? Распределите по группам факторов производства ресурсы, которые необходимы для выпечки пирога.

Помимо основных четырёх факторов производства, большую роль в экономике играют также наука, общая культура, правовая культура, состояние нравственности.



4. Ограниченность ресурсов

Говоря в начале этой темы о потребностях, мы отмечали, что потребности растут безгранично. В отличие от них факторы производства ограничены. Доступных ресурсов всегда недостаточно по сравнению с неограниченными потребностями, которые надо удовлетворить с помощью этих ресурсов. Проблема ограниченности принципиально не может быть решена. Эта проблема присуща *любому* обществу, независимо от степени его развития и уровня благосостояния его граждан, как в прошлом, так и в будущем; постоянно растущие потребности опережают доступные обществу ресурсы. *Проблема ограниченности ресурсов* — главная проблема экономики.

Теперь мы можем дать более полное определение экономики как науки.

Экономика — наука, которая занимается различными областями хозяйственной деятельности и изучает, как с помощью ограниченных ресурсов наиболее полно удовлетворить неограниченные потребности людей.

Выводы

- Блага, удовлетворяющие потребности, могут быть свободными и ограниченными.
- Для производства экономических благ требуются ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство.
- Главная проблема экономики: потребности безграничны, а доступные ресурсы ограничены.

Основные понятия

Экономика
Микроэкономика
Макроэкономика
Потребности
Блага свободные и экономические
Комплементарные блага
Субституты
Факторы производства
Ограниченность ресурсов

Вопросы и задания

1. Что изучает микро- и макроэкономика?
2. Какие факторы влияют на потребности человека?
3. Верно ли, что экономические блага делятся на свободные и ограниченные?
4. Перечислите факторы производства. Как называется доход собственника каждого фактора производства?
5. В чём состоит главная проблема экономики?
6. Может ли проблема ограниченности быть решена, если люди сократят свои потребности? Если научно-технический прогресс позволит существенно повысить производство экономических благ?
7. «Нет ничего практичнее хорошей теории» (Р. Кирхгоф). Объясните смысл этого высказывания.

§ 2. Проблема выбора

Множественность потребностей создаёт проблему выбора. Мы делаем выбор, когда идём за продуктами или покупаем подарок другу, когда решаем, как встретить Новый год или куда поехать отдыхать. Почему вообще мы должны выбирать? Причина выбора была сформулирована в предыдущем параграфе: это ограниченность доступных ресурсов.

1. Рациональное поведение людей в экономике

Принимая решения в условиях ограниченности ресурсов, люди ведут себя рационально. Это означает, что любой человек руководствуется принципом «наименьшие затраты при данном результате» или, что, в сущности, то же самое, «максимальный результат при заданных затратах». Например, если вы выиграли в лотерею некоторую сумму, то постараетесь так потратить эти деньги, чтобы получить максимальное удовлетворение.

Поведение каждого субъекта в экономике определяется личным экономическим интересом.

? Объясните, в чём состоит экономический интерес следующих субъектов: предпринимателей, землевладельцев, наёмных работников, покупателей, продавцов.

Рациональность подразумевает также постановку цели и наличие критерия выбора. Например, вы хотите купить хороший костюм. Но что значит «хороший»? Одни покупатели могут руководствоваться престижностью модели, другие — соображениями практичности, третьи — ценой. Кто из них поступит рационально? Каждый покупатель поступит рационально, отвечая собственным представлениям о «хорошем» костюме.

Отметим, что рациональное поведение не всегда отвечает нормам морали. Так, производство шуб из натурального меха может быть очень эффективным, но оно вызывает протест у защитников животных.

? Приведите свои примеры, когда эффективный бизнес противоречит нормам морали.

2. Альтернативная стоимость

Осуществляя выбор, человек определяет цену этого выбора, т. е. оценивает то, чем приходится жертвовать. Цена выбора, или альтернативная стоимость, — это то, от чего отказались, что принесли в жертву.

Пример. Допустим, вы идёте в кино, по пути увидели книгу, которую давно искали. Она стоит 100 р. У вас есть такая сумма, но на кино уже денег не хватит. В такой ситуации вы должны сделать выбор, на что их потратить.

Предположим, вы выбираете книгу. То, чем вы пожертвовали, — в данном случае киносеанс, — это альтернативная стоимость книги.

Пример. Вы хотите купить:

- книгу за 100 р.;
- билет в кино за 150 р.;
- цветы за 130 р.

Денег хватает только на что-то одно. Допустим, вы выбрали цветы. Что является альтернативной стоимостью? Оговоримся, что альтернативной стоимостью может быть только один вариант. Какой именно? Когда приходится чем-то жертвовать, нас волнует самая большая «жертва». Это и будет альтернативная стоимость. Таким образом, если вы выберете цветы, альтернативной стоимостью будет билет в кино. Если бы вы купили билет в кино, то альтернативной стоимостью был бы букет. При покупке книги альтернативной стоимостью был бы билет в кино.

Альтернативная стоимость — это упущенная выгода, лучший из вариантов, которые были отвергнуты в силу ограниченности ресурсов. Альтернативная стоимость может измеряться в количестве товара, от которого пришлось отказаться, как в *натуральном*, так и в *денежном* выражении. Например, студент может зарабатывать репетиторством 500 р. в день; если он откажется от такой работы, то альтернативная стоимость его досуга равна 500 р. в день. Это денежная оценка альтернативной стоимости. Можно было бы выразить упущенную выгоду в определённом количестве товаров, которые студент *не сможет* себе позволить, если откажется от работы, например: два билета в кино, или два обеда, или один новый галстук и т. д.

Понятие альтернативной стоимости является одним из ключевых экономических понятий. Всякий раз, когда мы стоим перед проблемой выбора, возникает необходимость жертвовать чем-либо, т. е. приходится оценивать альтернативную стоимость.

3. Производственные возможности

Осуществляет выбор не только отдельный человек, проблема выбора стоит и перед обществом, страной в целом. Уровень жизни населения определяется способностью страны производить товары и услуги.

Производственные возможности — это возможности общества по производству экономических благ при эффективном использовании всех имеющихся ресурсов и при данном уровне развития техники и технологии.

Экономическая модель даёт описание экономической ситуации при определённых допущениях.

Экономисты часто используют экономические модели для описания различных процессов. Модели: содержательные, графические, математические — хотя и упрощают реальную действительность, но позволяют в наглядной форме получать и демонстрировать определённые результаты. Использование экономических моделей позволяет облегчить анализ и прогнозирование экономических процессов, даёт возможность применить общие методы и математические инструменты к изучению экономических ситуаций.

С помощью модели кривой производственных возможностей (КПВ) можно оценить максимально возможный объём производства двух товаров в каждый момент времени.

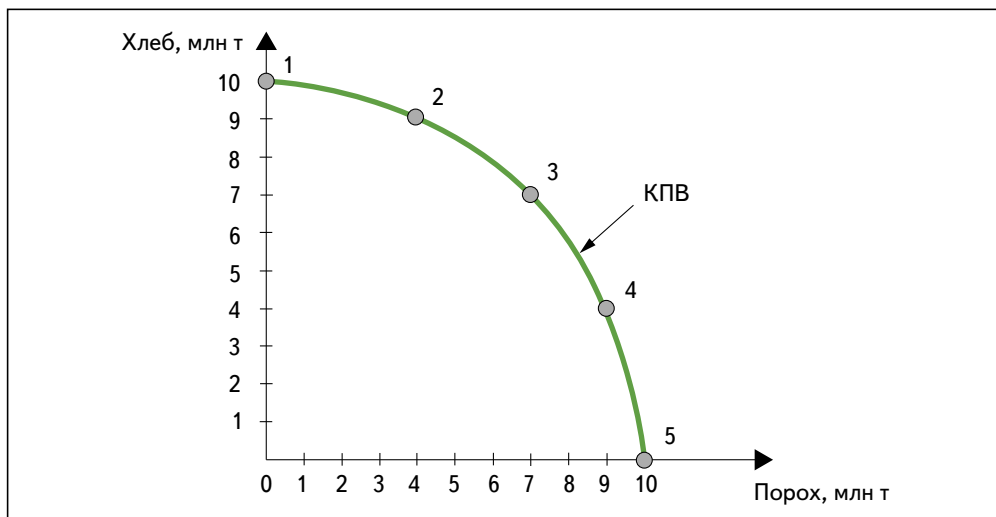
Кривая производственных возможностей — это экономическая модель, показывающая различные комбинации выпуска двух товаров при данном объёме ресурсов и определённом уровне развития техники. При построении КПВ используем следующие данные.

Пример. Страна может производить хлеб и порох. Соотношение объёмов выпуска этих товаров может быть различным.

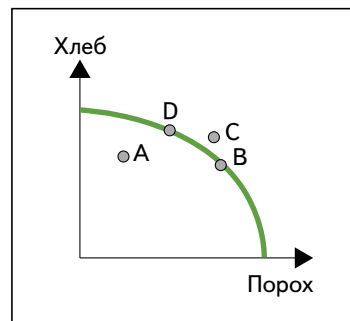
Производственные возможности страны

Точка на кривой производственных возможностей	Производство хлеба, млн т	Производство пороха, млн т
1	10	0
2	9	4
3	7	7
4	4	9
5	0	10

По этим данным построим график.

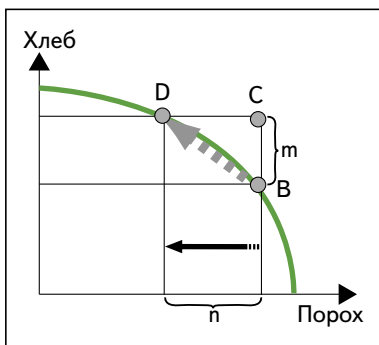


Проанализируем производственные возможности страны на модели КПВ. Любая точка под графиком (например, точка А) и на самом графике (точки В и D) принадлежит области производственных возможностей. Такие комбинации объёмов производства товаров возможны в данной стране. В точке А ресурсы данной страны будут задействованы неполностью. Точка В показывает, что страна может произвести такое сочетание товаров при условии, что все ресурсы будут использованы. Точка С находится за границей производственных возможностей, для данной страны такое сочетание объёмов выпуска недоступно.



Если по количеству производимого товара страна занимает положение, соответствующее на графике точке В, и при этом желает увеличить выпуск хлеба, ей не удастся этого сделать, поскольку она окажется в точке С, т. е. за границей производственных возможностей. Но она сможет увеличить производство хлеба и остаться на КПВ при условии, что *сократит* выпуск пороха (точка D).

Альтернативная стоимость дополнительного выпуска товара: КПВ показывает, что если ресурсы задействованы полностью, то увеличение производства одних благ возможно только при условии сокращения объёма производства других благ. Чтобы увеличить производство хлеба на m тонн,

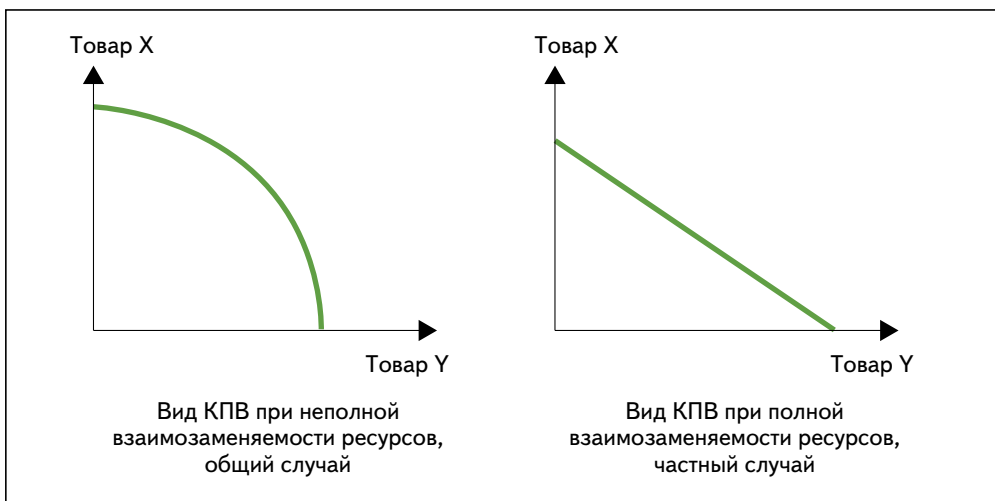


необходимо сократить производство пороха на n тонн. Это снижение выпуска пороха на n тонн есть плата, «жертва», ради дополнительного выпуска m тонн хлеба, т. е. альтернативная стоимость.

Кривая производственных возможностей имеет вид выпуклой дуги: с ростом выпуска одного товара приходится жертвовать всё большим количеством другого товара, альтернативная стоимость возрастает по мере выпуска товара.

Закон возрастающих альтернативных затрат: если ресурсы задействованы полностью, то для производства каждой последующей единицы одного блага приходится жертвовать всё большим количеством другого блага.

Это связано с тем, что ресурсы, необходимые для производства двух благ, не полностью взаимозаменяемы. В частном случае, когда ресурсы полностью взаимозаменяемы, КПВ имеет вид прямой линии.

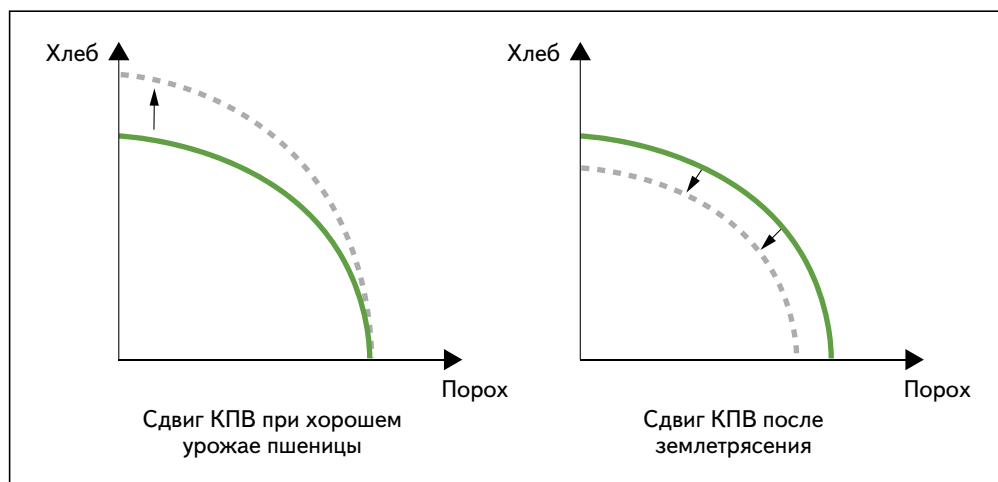


При данном количестве и качестве ресурсов кривая производственных возможностей не может сдвинуться или изменить форму, так как, по определению, КПВ показывает производственные *возможности* при полном использовании ресурсов. Если количество доступных ресурсов возрастёт, например будет освоено новое месторождение алмазов, то производствен-

ные возможности ювелирной отрасли возрастут. Они также возрастут, если будут внедрены новые технологии обработки драгоценных камней, т. е. если повысится качество ресурсов. В случае глобальных катастроф или великих научно-технических открытий кривая производственных возможностей страны сдвигается полностью соответственно влево-вниз или вправо-вверх.

Не всякое событие может повлиять на положение кривой производственных возможностей. Так, если произойдёт остановка крупных предприятий, это означает, что в стране будут неполностью использованы ресурсы. В этом случае КПВ данной страны не изменит своего положения: КПВ иллюстрирует возможности страны при полном использовании ресурсов, а эти возможности остались прежними. Ситуация будет соответствовать точке под КПВ. Но когда *количество* или *качество* ресурсов изменится, положение КПВ тоже изменится.

Пример. Страна производит два товара: хлеб и порох. Если будет хороший урожай пшеницы, возможности для производства хлеба возрастут. Если же в стране случится землетрясение, то возможности производства обоих товаров снизятся.



Выводы

- При выборе возникает необходимость жертвовать чем-либо в силу ограниченности ресурсов. Альтернативная стоимость — это упущенная выгода, лучший из вариантов, которые были отвергнуты.
- Кривая производственных возможностей — это экономическая модель, показывающая ограниченность ресурсов, компромиссный выбор, альтернативную стоимость.

- Закон возрастающих альтернативных затрат: если ресурсы задействованы полностью, то для производства каждой последующей единицы одного блага приходится жертвовать всё большим количеством другого блага.

Основные понятия

Выбор

Альтернативная стоимость

Экономическая модель

Производственные возможности

Вопросы и задания

1. Почему мы вынуждены делать выбор?
2. В каких единицах, денежных или натуральных, измеряется альтернативная стоимость? Приведите пример.
3. Что показывает кривая производственных возможностей? В какой степени используются ресурсы на КПВ?
4. Как изменится положение кривой производственных возможностей, если в стране эпидемия гриппа? При демографическом спаде? При открытии нового источника энергии?
5. Как выглядит кривая производственных возможностей в общем случае? Почему?
6. В чём сущность закона возрастающих альтернативных затрат?

§ 3. Экономическая система

1. Главные вопросы экономики

Каждое общество, сталкиваясь с проблемой ограниченности доступных ресурсов при безграничном росте потребностей, делает свой выбор и по-своему отвечает на три основных вопроса экономики.

- **Что производить?** Как определить приоритеты в удовлетворении потребностей, какие товары и в каком количестве следует производить?
- **Как производить?** Как наиболее эффективно использовать доступные ресурсы, какие именно ресурсы привлечь, как организовать производство?
- **Для кого производить?** Как распределить произведённые товары, кто и на основе каких принципов их получит?


В зависимости от того, как общество отвечает на главные вопросы экономики, складываются определённые типы экономических систем: традиционная, рыночная, централизованная.

Экономическая система — это способ организации совместной деятельности людей в обществе. Понятие экономической системы включает такие механизмы принятия решений, как законодательная система, формы собственности, нормы морали, привычки, обычаи, принятые в данном обществе.

2. Типы экономических систем

В условиях **традиционной системы** три основных вопроса экономики (что производить? как производить? для кого производить?) решаются в соответствии со сложившимися традициями. Примерами соблюдаемых традиций в экономике являются: привычные методы земледелия, нормы потребления определённых продуктов, религиозные запреты на производство и потребление конкретных товаров и др. Отношения купли-продажи слабо развиты, преобладает сельское хозяйство.

Большая часть истории развития человечества проходила в рамках традиционной экономической системы.

 Вспомните из курса всеобщей истории, каким формам общественного развития соответствует традиционная экономическая система.

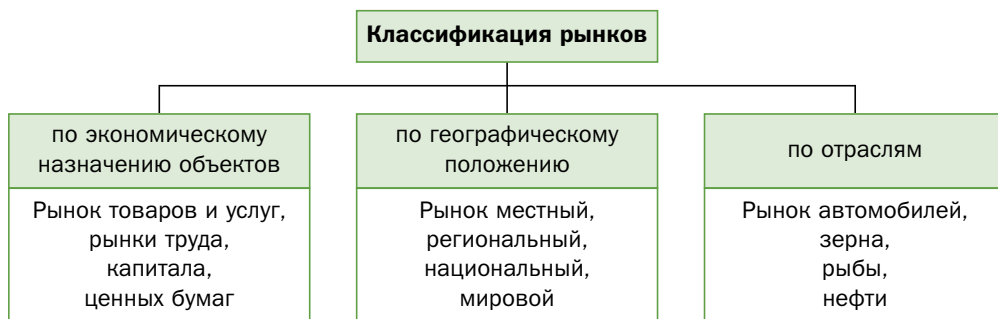
Главным стимулом экономической деятельности в условиях традиционной системы является стремление выжить. Достоинствами этой системы являются предсказуемость и стабильность. К серьёзным недостаткам можно отнести низкий уровень жизни, отсутствие прогресса, экономического роста.

Централизованная система, которую ещё называют плановой, административной, командной, характеризуется тем, что государственная собственность является основной формой собственности. Три основных вопроса решаются центральными государственными органами. Эти решения отражаются в государственных планах и имеют форму директив (приказов), которые обязательны для исполнения всеми предприятиями. Централизованное регулирование осуществляется не только в сфере производства товаров, но и в сфере их распределения. Такая экономическая система была реализована в Советском Союзе и отчасти в странах социалистического содружества. Централизованное решение главных вопросов экономики в СССР позволило добиться успехов в естественно-научной сфере, освоении космоса, обеспечить обороноспособность страны, создать мощные системы социальной защиты и т. д.

Однако командно-административная экономическая система СССР оказалась неспособной обеспечить развитие личной инициативы. Одним из принципов командной экономики является принцип уравнительного распределения. Если предприятию удавалось получить большую прибыль, то почти вся она изымалась и переходила в бюджет государства. Работники

получали почти одинаковую заработную плату, поощрение за высококвалифицированный, творческий труд было незначительно и имело не столько материальную, сколько моральную основу. Всё это порождало незаинтересованность предприятия в улучшении технологии производства, росте производительности, отсутствие личной заинтересованности людей в результатах своего труда. Постепенно стало нарастать отставание СССР по важнейшим социально-экономическим показателям от ведущих держав мирового сообщества. Подавление экономической самостоятельности хозяйствующих субъектов привело к ухудшению качества экономического роста, его замедлению. Возникла необходимость радикального реформирования экономической системы.

Рыночная система. Основой рыночного механизма является индивидуальная свобода в принятии и реализации экономических решений. Признаками рыночной системы являются частная собственность, конкуренция, свободное ценообразование. В рыночной системе роль правительства ограничена. Основными субъектами рыночных отношений являются экономически независимые участники хозяйственной деятельности: граждане и фирмы. Их взаимодействие происходит на рынке. **Рынок** — это любая форма контактов продавцов и покупателей, на основе которых совершаются сделки купли-продажи. Существует множество видов рынков, их классифицируют по экономическому назначению объектов, по географическому положению, по отраслям.



Рынки находятся в постоянном взаимодействии, образуя единую сложную систему.

Основой рыночного механизма является индивидуальная свобода в принятии и реализации экономических решений. Свободой выбора в условиях рыночной экономики пользуются предприниматели, собственники ресурсов и потребители.

- Предприятия имеют право приобретать факторы производства по своему усмотрению, производить те товары и услуги, которые считают

нужными, выбирать способ их производства; при этом решения принимаются за свой счёт, на свой риск.

- Собственники ресурсов могут использовать ресурсы по своему усмотрению. Это касается и собственников трудовых ресурсов, они могут заняться любым видом труда, на который способны.

- Потребители могут покупать те товары и услуги, которые хотят, в пределах своих доходов. В рыночной экономике потребитель занимает особое положение, именно он решает, что должна производить экономика; если потребитель не пожелает купить товары и услуги, то фирмы разорятся.

Основная форма собственности на факторы производства — частная. Частная собственность закрепляет за человеком права владения, пользования и распоряжения экономическими благами или ресурсами.



Вспомните из курса обществознания, что такое собственность.

Главные вопросы экономики в условиях конкуренции решаются на основе системы свободных цен под влиянием рыночной информации.

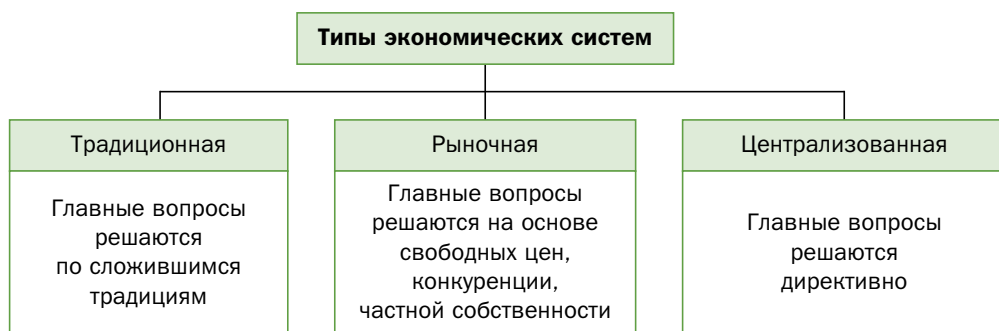
- Вопрос «что производить?» решается фирмами с учётом покупательского спроса.

- Вопрос «как производить?» решается фирмами с учётом мотива прибыльности, т. е. фирмы выбирают наиболее эффективный способ производства.

- Вопрос «для кого производить?» решается в соответствии с платёжеспособностью покупателей.

Главным стимулом деятельности предприятий в условиях рыночной системы является **прибыль**. Преимуществами рыночной экономики являются более эффективное использование ресурсов, мобильность системы, её возможность приспосабливаться к изменениям, внедрение новых технологий. Но рыночная система имеет ряд недостатков, так называемых «провалов» рынка, которые мы рассмотрим ниже.

Все типы экономических систем можно представить в виде схемы.

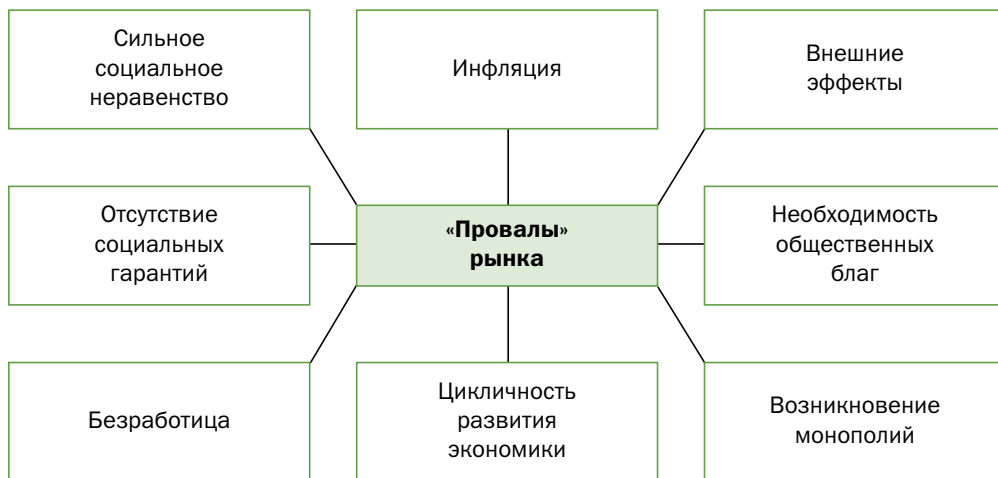


В реальной жизни все страны имеют смешанную экономическую систему, которая соединяет в себе признаки других систем: традиционной, централизованной и рыночной. В зависимости от их преобладания выделяют смешанную экономику традиционного, централизованного или рыночного типа.

3. Смешанная экономическая система

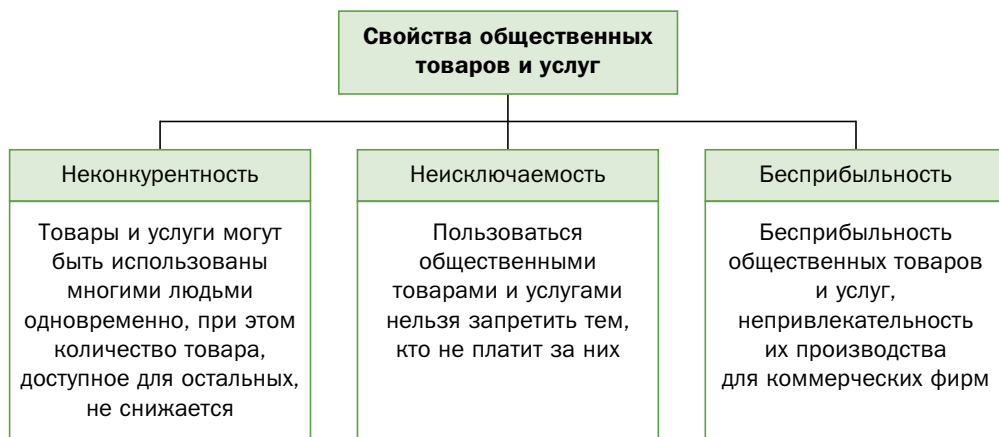
В условиях рыночной экономики возникают проблемы, которые рыночная система не в состоянии решить. Такими *случаями несостоятельности рынка* являются: инфляция, безработица, возникновение монополий, цикличность развития экономики, неравномерность распределения доходов граждан.

Случаи несостоятельности («провалы») рынка



В рыночной системе возникает также необходимость производства общественных благ. **Общественные блага** — экономические блага, использование которых одними членами общества не исключает возможности одновременного их использования другими членами общества. К ним относятся, например, национальная оборона, пожарная охрана, ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций (землетрясений, наводнений), государственное теле- и радиовещание и пр. От частных благ, имеющих частного продавца и частного покупателя, общественные блага отличаются такими свойствами, как неконкурентность, неисключаемость и бесприбыльность. *Неконкурентность* означает, что товары и услуги могут

быть использованы многими людьми одновременно; при этом количество товара, доступное для остальных, не снижается (например: маяк, салют). *Неисключаемость* — это невозможность исключить из пользования этими услугами тех, кто за них не платит, так называемый «эффект зайца», например национальная оборона или освещение улиц. Отсюда — *бесприбыльность* общественных благ, непривлекательность их производства для коммерческих фирм (например: пожарные, аварийно-спасательные службы).



Кроме того, рынок не способен решить проблему внешних эффектов. **Внешние эффекты** — положительные или отрицательные воздействия на тех, кто не участвует в производстве или потреблении данного товара.

Примеры положительного внешнего эффекта: бесплатный автобус до супермаркета — для местных жителей, хорошая дорога к богатому особняку — для всех, кто будет пользоваться этим участком дороги.

Примеры отрицательного внешнего эффекта: загрязнение предприятием окружающей среды и т. п.

Как положительные, так и отрицательные внешние воздействия снижают эффективность использования ресурсов, поскольку в обоих случаях цена товара оказывается заниженной. При этом количество проданного товара искусственно занижено в случае положительного внешнего эффекта и неоправданно завышено в случае отрицательного внешнего эффекта. В теме рыночного равновесия мы вернёмся к этому вопросу и разберём конкретные ситуации с внешними эффектами.

Наличие «провалов» рынка делает необходимым вмешательство государства и формирование смешанной экономической системы. В смешанной

системе частные и общественные организации совместно осуществляют экономический контроль.

В настоящее время в России сложилась смешанная экономика рыночного типа.

Выводы

- Три главных вопроса экономики:
 - что производить?
 - как производить?
 - для кого производить?
- В зависимости от того, как общество отвечает на главные вопросы, формируется определённый тип экономической системы: традиционная, централизованная или рыночная.
- Наличие «провалов» рынка делает необходимым вмешательство государства и формирование смешанной системы.

Основные понятия

Экономическая система
Главные вопросы экономики
Традиционная система
Централизованная система
Рыночная система
Рынок
Частная собственность
Смешанная система
«Провалы» рынка
Общественные блага
Внешние эффекты

Вопросы и задания

1. Что такое экономическая система?
2. Назовите три главных вопроса экономики. Почему каждое общество вынуждено решать эти вопросы?
3. Как решаются основные вопросы в традиционной системе?
4. Какая форма собственности является основной в условиях централизованной системы, а какая — в условиях рыночной системы?
5. Что заставляет фирмы производить качественные товары в условиях рыночной экономики? Объясните почему.
6. Приведите примеры «провалов» рынка.
7. Что характеризует современную экономику в России как смешанную экономику рыночного типа?

8. Что такое общественные товары и услуги? Почему фирмы не занимаются их производством?

9. «Либо сила, либо рубль — иного выбора в экономике не было и нет от века, от Адама до наших дней». Как вы понимаете это высказывание Н. Шмелёва?

§ 4. Спрос

Ключевыми понятиями рыночной экономической системы являются *спрос* и *предложение*. Покупатели предъявляют спрос на товары, продавцы формируют предложение товаров. Взаимодействие покупателей и продавцов происходит на рынке.

1. Закон спроса

Спрос отражает желание и возможность покупателя купить продукт или услугу по различным ценам в данном месте и в данное время. Но если желание купить товар не подкреплено финансовыми возможностями, оно останется желанием, а не спросом.

Пример. Продаётся смартфон. Разные покупатели готовы купить его по разным ценам: 10 000 р. готов заплатить за смартфон один покупатель, 9000 р. — двое, 8000 р. — пятеро и т. д. В итоге сложилась такая картина.

Цена смартфона, р.	10 000	9000	8000	7000	6000	5000	4000
Количество покупателей	1	2	5	7	10	13	16

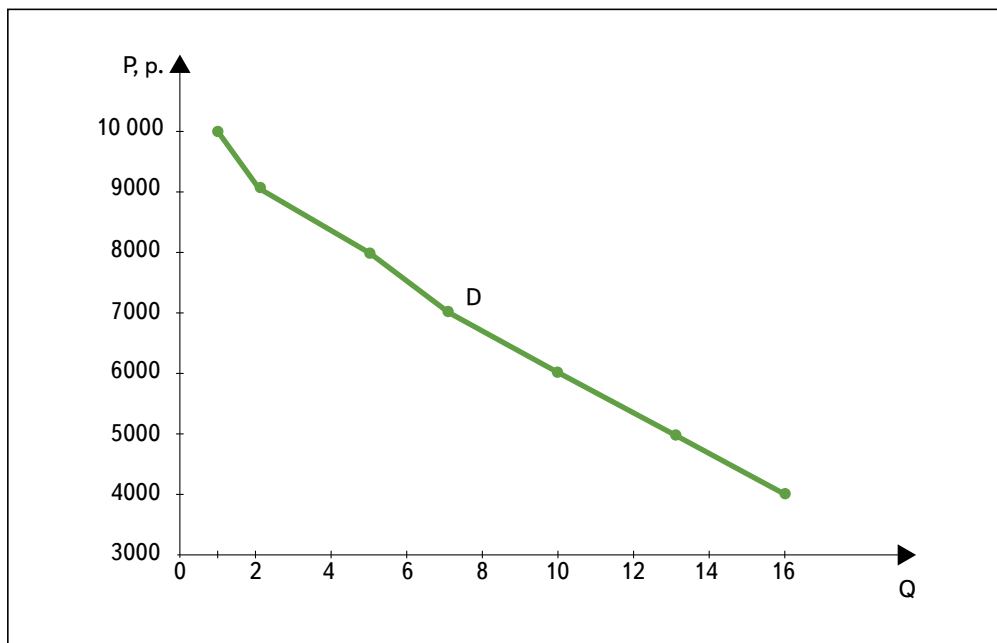
В целом экономический интерес покупателя — купить товар дешевле, и большинство покупателей действительно готовы купить смартфон по низким ценам.

Отобразим на графике (с. 32) зависимость между ценой смартфона и количеством смартфонов, которое готовы купить покупатели.

Спрос — это зависимость между ценой товара и его количеством, которое готовы купить покупатели в данном месте в данное время.

Графически спрос изображается в виде кривой спроса, которая обозначается буквой D (demand).

Кривая спроса показывает, какое количество товара готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент. Цена обозначается буквой P (price), количество — буквой Q (quantity).



На графике видно, что чем ниже цена, тем больше товара хотят приобрести покупатели. В такой убывающей зависимости выражается закон спроса.

Закон спроса: при прочих равных условиях по низким ценам спросят товара больше, чем по высоким ценам.

В основе закона спроса лежат следующие факторы.

- Здравый смысл: для покупателя цена — это барьер, мешающий совершить покупку; чем выше барьер, тем меньше число покупателей, которые смогут его преодолеть. Так, смартфон могут купить не все желающие, но если цена снизится, он станет доступен большему количеству покупателей.

- Принцип убывающей предельной полезности: в данный период времени каждый потребитель получает всё меньше удовлетворения от каждой последующей единицы продукта. Помните ли вы сюжет из киножурнала «Ералаш», когда ребята поспорили, кто больше съест пирожных? После второго-третьего эклера им стало нехорошо... А потом пришла мама и радостно сообщила: «Уроки делаете? А я вам пирожные принесла!»

Соответственно, цена, которую покупатель готов заплатить за первую единицу товара, выше, чем цена за каждую последующую единицу.

- **Эффект дохода:** снижение цены товара ведёт к увеличению реального дохода покупателя, т. е. при той же зарплате человек может купить большее количество товаров. Например, если шоколад стал дешевле, то при прежней зарплате вы сможете купить больше шоколада или (на разницу в цене) других продуктов.

- **Эффект замещения:** при выборе из двух товаров покупатель предпочтёт товар, который стал дешевле относительно другого товара. При этом второй товар при неизменной цене стал более дорогим по отношению к первому и, соответственно, менее привлекательным. Например, если мандарины подешевели, то покупатели станут покупать мандарины, а не апельсины, цена которых осталась прежней.

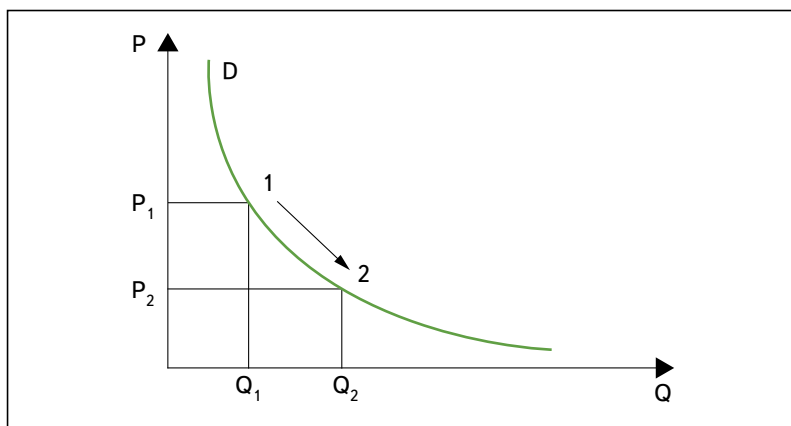
2. Спрос и величина спроса

Есть разница между понятиями «спрос» и «величина спроса». На графике спрос — это множество точек, принадлежащих кривой, а величина спроса — это одна точка на кривой спроса, соответствующая данной цене.

Величина спроса — количество товара, которое купят при *данной* цене. При цене P_1 величина спроса равна Q_1 , при цене P_2 величина спроса равна Q_2 .

Изменение величины спроса — скольжение по кривой спроса — может быть вызвано ценовым фактором (изменением цены): влево-вверх, если цена растёт, и вправо-вниз, если цена снижается. При этом вся кривая спроса не изменяет своего положения, соотношение между ценой товара и его количеством, которое готовы купить покупатели, не изменяется.

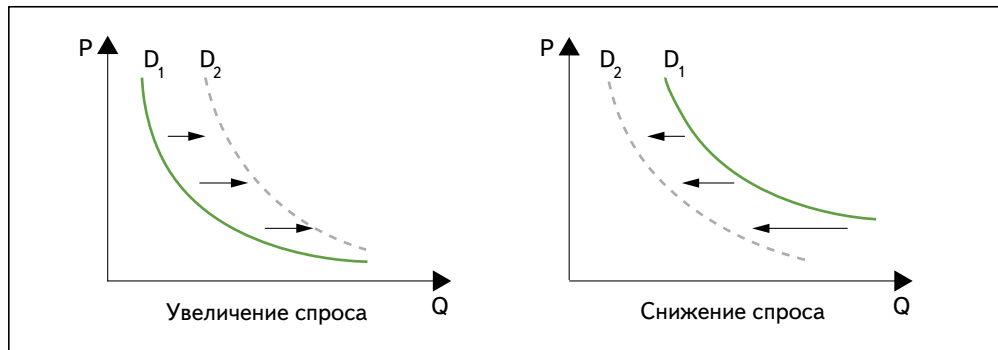
Повышение величины спроса при снижении цены товара



Спрос (D) показывает, какой может быть величина спроса при *любой* цене. Изменение спроса может быть вызвано изменением неценовых факторов, при этом вся кривая спроса смещается:

- вправо, если спрос увеличивается;
- влево, если спрос снижается.

В результате изменяется зависимость между ценой товара и его количеством, которое готовы купить покупатели.



3. Факторы спроса

Спрос покупателей очень нестабилен. Как убедить покупателя приобрести именно этот товар, именно здесь и сейчас? Другими словами, как повысить спрос на товар? Факторы, которые могут вызвать сдвиг кривой спроса:

- 1) изменение вкусов и предпочтений покупателей;
- 2) изменение дохода покупателей;
- 3) изменение цен на сопряжённые товары;
- 4) ожидания изменений цен или доходов;
- 5) количество покупателей на рынке.

Неценовые факторы спроса

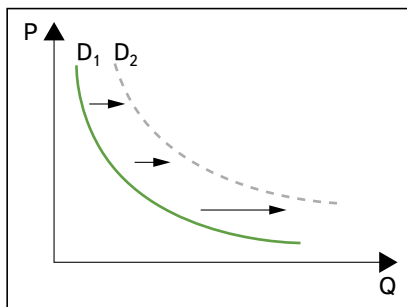


Фактор	Пример	График
Изменение дохода покупателей	Доход вырос (товар нормальный): $D \uparrow$	
Изменение цен на сопряжённые товары	Комплементы стали дороже: $D \downarrow$	
	Субституты стали дороже: $D \uparrow$	
Ожидания изменений цен и доходов	Ожидают повышения цен: $D \uparrow$	
Количество покупателей на рынке	Количество покупателей снижается: $D \downarrow$	

Изменение вкусов и предпочтений покупателей. Под влиянием информации формируются вкусы, предпочтения. Например, в случае удачной рекламы товар будут покупать лучше при любой цене.

В итоге вся кривая спроса на товар сдвинется вправо. Другими примерами могут быть: изменение моды, сезонность, престижность, предпраздничный ажиотаж и т. п.

Повышение спроса при удачной рекламе



Изменение дохода покупателей. Если человек становится богаче, то он, как правило, будет больше покупать товаров. Тогда кривая спроса на товары и услуги сдвинется вправо. Но это только в том случае, когда речь идёт о товарах *нормальных*. Таких товаров большинство: качественная еда, модная одежда, бытовая техника, автомобили, турпоездки, развлечения и т. д. Будет ли он есть больше манной каши, будет ли чаще ездить на трамвае, чаще пользоваться услугами ремонтных мастерских и посещать магазины *second hand*? Вряд ли. Приведённые товары и услуги относятся к разряду *низших*. Их ещё называют инфериорными. Это не значит, что речь идёт о некачественной крупе, сломанной бытовой технике или бракованной одежде. Низшие товары и услуги могут быть хорошего качества, но для человека с высокими доходами они перестают быть привлекательными. Спрос на *низшие товары* снижается с ростом доходов. Для низших товаров повышение доходов означает сдвиг кривой спроса влево. Спрос на *нормальные товары* растёт с ростом доходов. Для нормальных товаров повышение доходов означает сдвиг кривой спроса вправо.



Если доходы человека возросли, он будет больше покупать товаров. Верно ли это утверждение? Любые ли товары он будет покупать в большем количестве?

Изменение цен на сопряжённые товары. Сопряжённые товары — это субституты и комплементы (заменители и дополняющие товары). Как может изменение ситуации на рынке одного товара отразиться на поведении покупателей другого товара?

Пример. Рассмотрим рынок телевизоров. В продаже имеются телевизоры жидкокристаллические и плазменные. Эти типы телевизоров являются друг для друга субститутами. На каждый из этих типов телевизоров установился определённый спрос. Затем жидкокристаллические телевизоры значительно подешевели. Какие изменения произойдут на каждом из двух рынков?

В случае снижения цены одного из товаров-заменителей покупатели отдадут предпочтение этому подешевевшему товару, величина спроса на жидкокристаллические телевизоры увеличится (согласно закону спроса, движение по кривой спроса вправо-вниз). При этом спрос на плазменные телевизоры снижается, кривая спроса сдвинется влево.

Пример. Рассмотрим рынки товаров, дополняющих друг друга: компьютеры и принтеры. Как изменится спрос на принтеры, если компьютеры станут дешевле?

Когда компьютеры подешевеют, величина спроса на них увеличится согласно закону спроса (движение по кривой спроса вправо-вниз); спрос на принтеры возрастет: вся кривая спроса сместится вправо.

Ожидания изменений цен или доходов. Большое влияние на спрос покупателей оказывают их ожидания в отношении будущих изменений цен товаров и собственных доходов. Если покупатели ожидают роста цен на конкретный товар, например на сахар, который в летний период требуется для заготовки ягод, то часть покупателей будет закупать сахар заблаговременно, и спрос на сахар возрастёт (в этом случае кривая спроса на графике сдвинется вправо).



Изменится ли количество ваших покупок сегодня, если вы узнаете, что доходы вашей семьи значительно возрастут в ближайшем будущем?

Количество покупателей на рынке. Различают спрос индивидуальный и спрос рыночный. *Индивидуальный спрос* — это спрос, предъявляемый одним покупателем на данный товар. *Рыночный спрос* — это совокупность всех индивидуальных спросов на данный товар. Понятно, что с ростом количества покупателей рыночный спрос будет расти, и наоборот, при снижении количества покупателей рыночный спрос сокращается. Например, сегодня спрос на детские коляски возрастает в условиях демографического роста; спрос на учебники снизился через несколько лет после демографического спада.

Таким образом, спрос на товар — это величина, которая не является чем-то постоянным; спрос подвержен изменению под действием неценовых факторов. Продавцы, занимающиеся продвижением своих товаров на рынке, умело пользуются этим обстоятельством, затрачивая огромные деньги на рекламу в средствах массовой информации, на распространение всевозможных слухов и завуалированной антирекламы (антиреклама как таковая преследуется по закону), на создание ажиотажа и панических настроений вокруг ситуации на рынке. Главная цель таких действий — заставить покупателя покупать как можно больше товаров. В следующем параграфе мы увидим, от каких факторов зависит предложение товаров на рынке.

Выводы

- Закон спроса: чем ниже цена, тем выше величина спроса на товар.
- Неценовые факторы, изменяющие спрос: вкус, доходы, цены на сопряжённые товары, ожидания, число покупателей.

Основные понятия

Спрос
Кривая спроса
Величина спроса

Закон спроса
Неценовые факторы спроса
Нормальный товар
Низший товар
Индивидуальный спрос
Рыночный спрос

Вопросы и задания

1. Спрос — это категория покупателей или продавцов?
2. В чём заключается закон спроса?
3. В чём состоит разница между понятиями «спрос» и «величина спроса»?
4. Как графически отражается снижение спроса? Почему вся кривая спроса изменяет своё положение?
5. Как графически отражается рост величины спроса?
6. Перечислите неценовые факторы спроса.
7. В чём отличие товаров нормальных и низших (инфериорных)? Могут ли низшие товары быть: высокого качества; сломанными; просроченными?
8. В рабочей тетради постройте графики изменения спроса для субститутов и для комплементарных благ. Конкретные ситуации выберите самостоятельно.
9. Как поведут себя покупатели в случае ожидания повышения цен на товары?

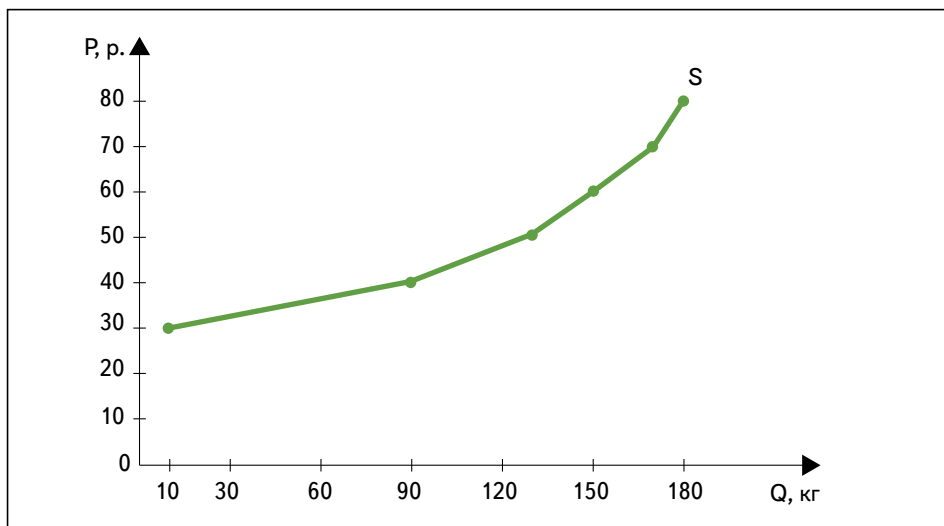
§ 5. Предложение

Предложение товара формируется на стороне продавца: продавец предлагает к продаже свой товар. Так же как и спрос, предложение товара подчинено определённым законам и формируется под влиянием ряда факторов.

1. Закон предложения

Пример. На рынке продаются яблоки. Одни продавцы продают яблоки дешевле, другие — дороже. В целом экономический интерес продавца — продать товар дороже, и большинство продавцов действительно держат высокие цены. Зависимость между ценой яблок и количеством предлагаемых к продаже яблок отражена в таблице, которая называется *шкалой предложения* и выглядит следующим образом.

Цена яблок (P), р.	30	40	50	60	70	80
Количество яблок (Q), кг	10	90	130	150	170	180



Полученный график — кривая предложения, которая показывает, какое количество товаров или услуг продавцы предложат на продажу по различным ценам в данном месте и в данное время (на оси P — цена товара, на оси Q — количество предлагаемого товара).

Предложение — это зависимость между количеством товара, которое готовы продать продавцы за данный период времени, и ценами на этот товар. Предложение обозначается буквой S (supply). На графике видно, что кривая предложения имеет восходящий характер: чем больше цена, тем большее количество товара готовы продать продавцы. В этом заключается закон предложения.

Закон предложения: при прочих равных условиях по высоким ценам продавцы предложат товара больше, чем по низким ценам.

В основе закона предложения лежат следующие факторы.

- Для производителя цена — это стимул (в отличие от покупателя, для которого цена — барьер). Когда цена растёт, увеличивается прибыль производителей, им выгодно расширять производство данного товара.
- Предприниматели из других отраслей также устремятся в прибыльную отрасль, предложение товара ещё больше увеличится.

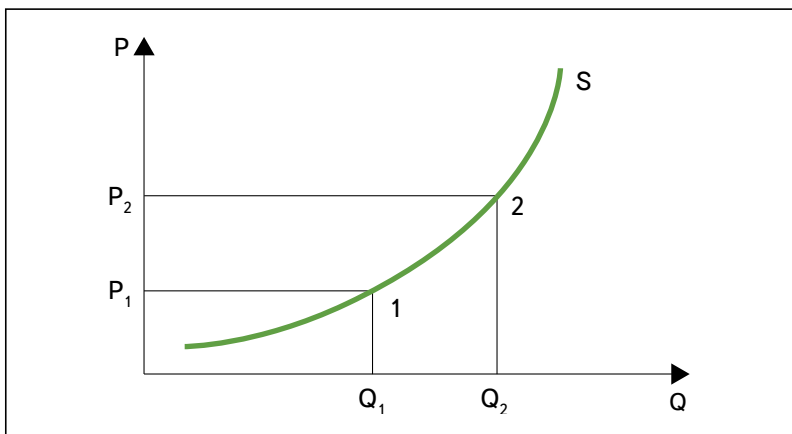
- Производство каждой дополнительной единицы продукции требует дополнительных затрат, поэтому расширение производства возможно только при условии, что цена будет расти.

2. Предложение и величина предложения

Величина предложения (Q_S) — это количество товара, которое продавцы готовы продать по *данной* цене. Это *единственная* точка на кривой предложения при данном уровне цены:

- при цене P_1 величина предложения равна Q_1 ;
- при цене P_2 величина предложения равна Q_2 .

Величина предложения



Изменение величины предложения может быть вызвано ценовым фактором (изменением цены). При этом вся кривая предложения не изменяет своего положения.

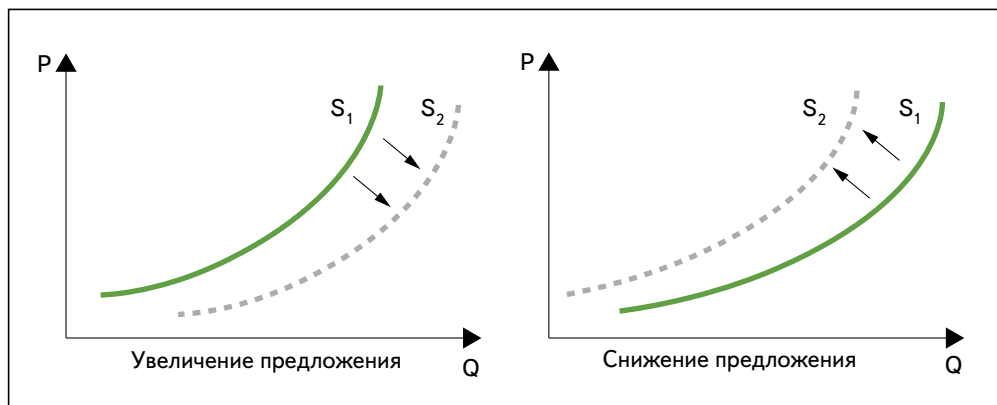
Предложение (S) — множество точек на кривой предложения.

Изменение предложения может быть вызвано изменением неценовых факторов, при этом вся кривая предложения смещается:

- вправо-вниз, если предложение растёт;
- влево-вверх, если предложение снижается.

Обратите внимание: ошибочно полагать, что движение кривой предложения вверх соответствует росту предложения. Сдвиг кривой предложения вверх равносителен сдвигу этой кривой влево, т. е. соответствует сокращению предложения. Во избежание ошибки рекомендуем при решении задач смещать кривую предложения не вверх-вниз, а вправо-влево (кроме

Изменение предложения



задач с налогами, субсидиями, штрафами и другим, где кривую предложения необходимо смещать вверх-вниз).

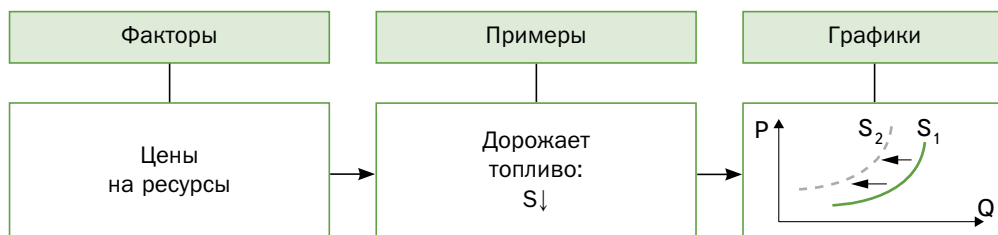
3. Факторы предложения

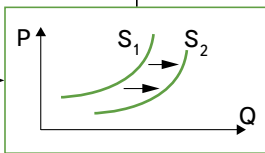
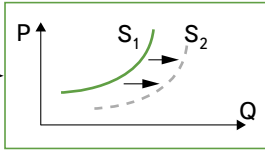
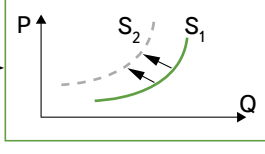
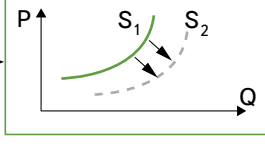
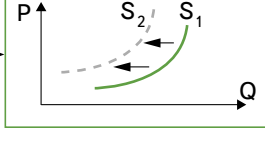
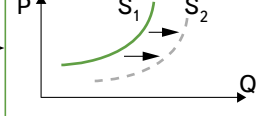
Неценовые факторы предложения изменяют предложение, т. е. изменяют соотношение между ценой товара и его количеством, которое готовы продать продавцы. Под воздействием этих факторов кривая предложения сдвигается вправо-вниз в случае роста предложения и влево-вверх при снижении предложения.

На предложение влияют:

- цены на ресурсы;
- внедрение новых технологий;
- налоги и субсидии;
- ожидания продавцов;
- количество продавцов на рынке.

Неценовые факторы предложения



Факторы	Примеры	Графики
Цены альтернативных товаров	Альтернативный товар стал дешевле: $S \uparrow$	
Новые технологии	Новые материалы: $S \uparrow$	
Налоги и субсидии	Повышение налогов: $S \downarrow$	
	Повышение субсидий: $S \uparrow$	
Ожидания	Ожидают повышения цен: $S \downarrow$	
Количество продавцов на рынке	Открылись новые фирмы: $S \uparrow$	

Цены на ресурсы. Если ресурсы становятся дороже, возможности фирмы по производству товара уменьшаются, предложение снижается. Например, с удорожанием электроэнергии фирма несёт дополнительные

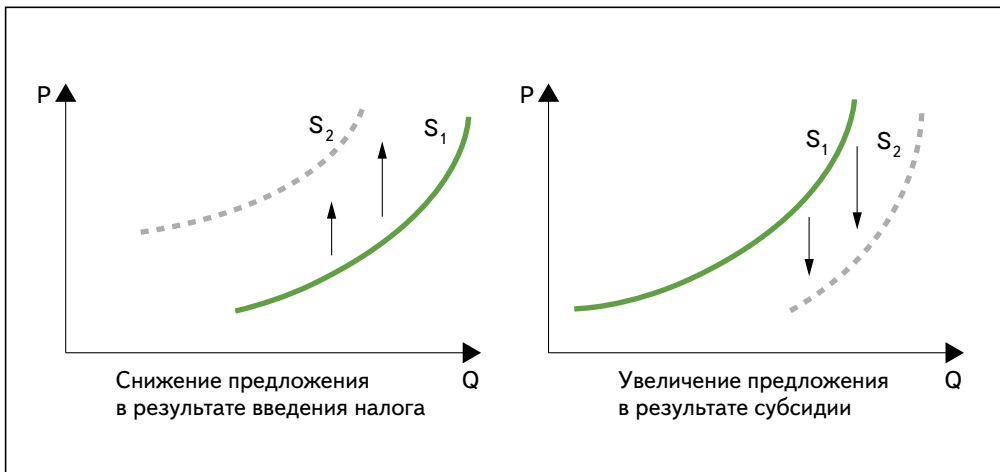
затраты на производство своего товара, поэтому она вынуждена поднимать цену на товар, кривая предложения при этом сдвигается влево-вверх.

Цены альтернативных товаров, произведённых из аналогичных ресурсов. Принимая решение о выпуске товара А, предприниматель учитывает, какой доход и, соответственно, какую прибыль можно получить при производстве других товаров из таких же ресурсов. Если, например, товар В дороже, то ресурсы выгоднее направить в производство товара В, а выпуск товара А снизить. В этом случае при тех же затратах ресурсов доход предпринимателя будет выше. Если же альтернативные товары дешевле, то предпринимателю выгодно направлять ресурсы в производство товара А, увеличивая его предложение на рынке.

? Какое преимущество рыночной системы реализуется в данном поведении производителя товаров и услуг?

Новые технологии. Внедрение новых технологий, как правило, является эффективным средством, т. е. затраты на новые технологии ниже, чем доход, который они обеспечивают. Это даёт возможность фирмам снижать цену на свой товар или при тех же затратах предлагать на рынке большее количество товара. Предложение растёт, кривая предложения сдвигается вправо-вниз.

Налоги и субсидии. Налоги как надбавка к цене повышают цену товара, кривая предложения сдвигается вверх, предложение снижается. Субсидия — это «налог наоборот»: государство оказывает помощь фирмам, чей товар особенно необходим стране. Субсидия сдвигает кривую предложения вниз, т. е. предложение возрастает.



Ожидания изменения цен на товар. Как поведёт себя продавец, если ожидает, что его товар скоро будет очень востребован и цены на него возрастут? Будет ли он спешить избавиться от своего товара сегодня или пока снизит предложение? Очевидно, ему выгоднее пока уменьшить объём продаж. Наоборот, ожидая, что товар станет дешевле, продавец поспешит избавиться от него, пока цена достаточно высока. В качестве иллюстрации можно вспомнить, как ведут себя продавцы сезонных товаров во время «высокого сезона» или сезонных распродаж.



Попробуйте самостоятельно отобразить на графике поведение продавцов сегодня в ожидании скорого повышения цен на свой товар; в ожидании резкого падения цен на свой товар.

Количество продавцов на рынке. Рыночное предложение складывается из индивидуальных предложений отдельных продавцов данного товара.

Индивидуальное предложение — это предложение одного отдельного продавца товара. *Рыночное предложение* — это совокупность всех индивидуальных предложений данного товара на данном рынке. Если в отрасли появляется новый продавец такого же товара, то рыночное предложение возрастает, кривая рыночного предложения сдвигается вправо. Например, зимой рыночное предложение овощей и фруктов формируется только за счёт теплиц и импортных поставок, а летом возрастает за счёт местных фермеров. Если отдельные продавцы уходят из отрасли, то рыночное предложение сокращается, кривая рыночного предложения сдвигается влево.



Как бы вы отразили изменения кривой предложения на рынке птицы в условиях «птичьего гриппа»?

Вы видите, что количество предлагаемого на рынке товара зависит не только от желания продавцов. Объективные и субъективные факторы делают этот показатель таким же нестабильным, как и спрос.

Выводы

- Закон предложения: чем выше цена, тем выше величина предложения.
- Неценовые факторы, изменяющие предложение: цены на ресурсы и альтернативные товары, новые технологии, налоги, ожидания, число продавцов.

Основные понятия

Предложение
Шкала предложения
Кривая предложения

Величина предложения
Закон предложения
Неценовые факторы предложения

Вопросы и задания

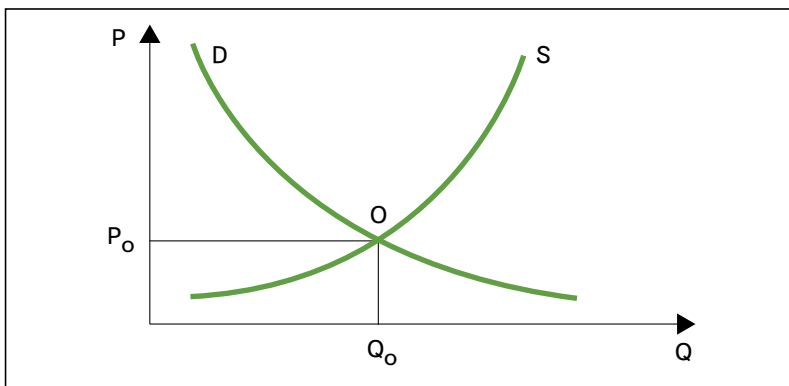
1. Как графически отражается снижение предложения? Почему вся кривая предложения изменяет своё положение?
2. В чём заключается закон предложения?
3. Перечислите неценовые факторы предложения.
4. Могут ли действия правительства повлиять на предложение товара?
5. В чём различие между рыночным и индивидуальным предложением?

§ 6. Рыночное равновесие

Кто определяет ситуацию на рынке: покупатели или продавцы? Зависит ли уровень цены на товар только от продавца? Ошибочно полагать, что продавцы обладают большей рыночной властью, чем покупатели. Решение на рынке принимают и покупатели, и продавцы. Каждый из них преследует собственные экономические цели. Продавцы так же зависят от покупателей, как покупатели зависят от продавцов.

1. Равновесная цена и равновесное количество

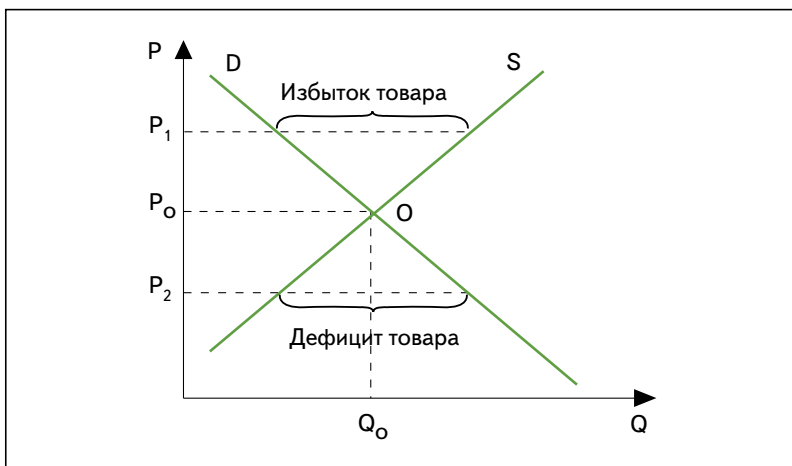
Взаимодействие спроса и предложения приводит к установлению равновесной, или рыночной, цены. Рыночная цена — та цена, при которой товар можно обменять на деньги. На графике кривые спроса и предложения пересекаются в точке O . Эта точка называется *точкой рыночного равновесия*.



В точке рыночного равновесия (О) совпадают интересы покупателей и продавцов: количество товара, которое готовы купить покупатели по цене P_O , равно количеству товара, которое готовы продать продавцы.

Равновесная цена (P_O) — цена, при которой величина спроса равна величине предложения. Если продавец установит цену товара *выше* равновесной (P_1), то это приведёт к **избытку товара**: товар будет накапливаться на складе, поскольку величина предложения будет превышать величину спроса. Если продавец установит цену товара *ниже* равновесной (P_2), это приведёт к **дефицитному спросу**: товара не хватит на всех покупателей, поскольку величина спроса будет превышать величину предложения.

**Избыточное предложение товара
и дефицитный спрос на товар**



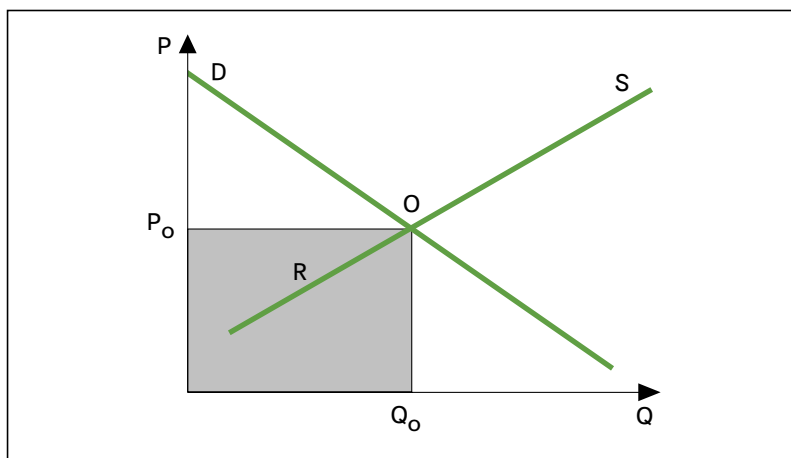
Равновесное количество (Q_O) — количество товара, которое покупатели готовы купить, а продавцы — продать по равновесной цене.

Равновесное количество товара продаётся по равновесной цене, в результате продавец получает выручку, которая тоже называется равновесной. **Равновесная выручка** — это стоимость товара в количестве Q_O , проданного по цене P_O :

$$R = P_O \times Q_O$$

На графике размер выручки соответствует площади прямоугольника со сторонами P_O и Q_O .

Равновесная выручка



2. Нарушение рыночного равновесия

Причинами нарушения рыночного равновесия могут быть: изменение спроса, изменение предложения, введение ограничения цен или количества продаж и др. Рассмотрим конкретные ситуации.

Пример. Выдался хороший год, который принёс богатый урожай в средней полосе России. Как изменятся рынки: ягод, сахара, отечественного варенья и импортного джема? Будут ли при богатом урожае покупатели увеличивать свой спрос, или продавцы принесут на рынок больше товара?

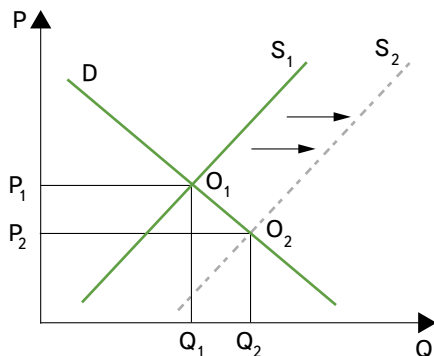
Рынок ягод. Уточним: богатый урожай — это изменение спроса или предложения? Очевидно, ситуация изменится со стороны продавцов, т. е. предложение ягод увеличится, кривая предложения сдвинется вправо. В новой точке равновесия O_2 цена снизится, количество проданных ягод возрастёт. Об изменении выручки продавцов судить однозначно нельзя, поскольку неизвестно, что изменилось в большей мере, цена или количество.

Рынок сахара. Для заготовки большего количества ягод потребуется больше сахара, т. е. спрос на сахар возрастёт. В точке нового равновесия цена на сахар возрастёт, количество проданного сахара — тоже, выручка продавцов сахара будет больше.

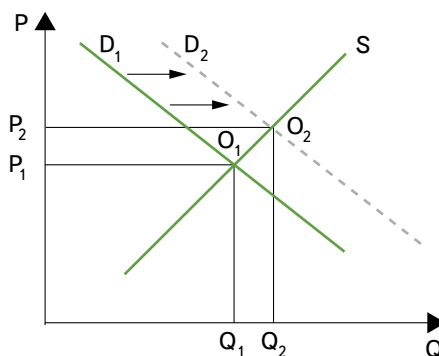
Рынок отечественного варенья. Сырьём для варенья являются ягоды, при богатом урожае они стали дешевле. Это неценовой фактор, повышающий предложение. Кривая предложения сдвинется вправо, равновесная цена снизится, количество проданного варенья возрастёт. Как изменится выручка, сказать однозначно нельзя.

Импортный джем — это заменитель для отечественного варенья. В ситуации, когда отечественное варенье стало дешевле и объём его продаж растёт, сократится спрос на импортный джем: равновесная цена станет ниже, так же как количество и выручка.

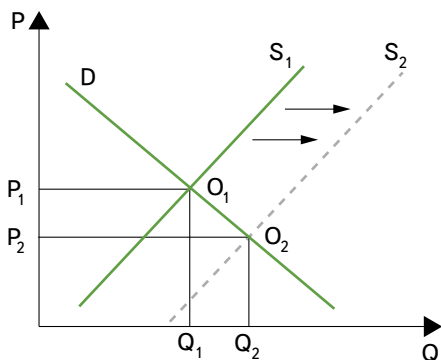
Нарушение рыночного равновесия в условиях связанных рынков



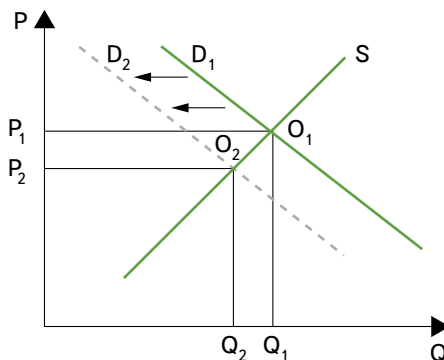
Повышение предложения ягод:
 $P \downarrow Q \uparrow R (?)$



Повышение спроса на сахар:
 $P \uparrow Q \uparrow R \uparrow$



Повышение предложения
отечественного варенья: $P \downarrow Q \uparrow R (?)$



Снижение спроса
на импортный джем: $P \downarrow Q \downarrow R \downarrow$

Пример. Вернёмся к теме внешних эффектов, о которых шла речь в § 3. Допустим, химический завод производит стиральный порошок, сбрасывая при этом раствор щёлочи в реку. Это пример отрицательного внешнего эффекта. Завод продаёт стиральный порошок по определённой цене в определённых количествах. Если государство наложит штраф на это предприятие, то каждая тонна порошка будет продаваться дороже; кривая предложения стирального порошка поднимется вверх, т. е. предложение порошка сократится.

? Постройте два графика: один — рынок стирального порошка без вмешательства государства, другой — тот же рынок в случае наложения штрафа на завод. Как изменится равновесная цена, количество порошка и выручка завода?

? Вам известно такое явление, как «пиратские» копии. Как изменится ситуация, если государство примет более строгие меры по борьбе с этим явлением? Постройте два графика для рынка видеопродукции: до введения санкций против видеопиратов и после их введения. Как изменятся цена и количество проданных лицензионных дисков, выручка кинокомпаний?

Итак, ситуация на рынке складывается в результате взаимодействия покупателей и продавцов. Как спрос, так и предложение могут быть очень переменчивы, соответственно, рыночное равновесие подвержено влиянию всех ценовых и неценовых факторов. В результате бывает трудно предсказывать дальнейшее развитие рыночной ситуации.

Тем более полезно уметь анализировать факторы спроса и предложения. Среди экономистов распространено мнение, что человек обладает экономическим мышлением, если способен мысленно перемещать кривые спроса и предложения применительно к конкретным ситуациям и выстраивать верные прогнозы по изменению рынков. Почему это так важно? Верный прогноз позволит определить состояние рынков со всеми их атрибутами: рыночной ценой, количеством проданного товара, вероятностью образования дефицитного спроса или избыточного предложения, размером предполагаемой выручки продавцов.

Выводы

- Рыночное равновесие устанавливается при взаимодействии спроса и предложения.
- При равновесной цене величина спроса равна величине предложения.
- Нарушение рыночного равновесия ведёт к дефициту или избытку товаров, изменению цены и количества проданного товара.

Основные понятия

Рыночное равновесие
Равновесная цена
Равновесное количество
Равновесная выручка продавца
Дефицитный спрос
Избыточное предложение

Вопросы и задания

1. Что означает фраза «в точке рыночного равновесия совпадают интересы покупателей и продавцов»?
2. В каких случаях возникает избыточное предложение, а в каких — дефицитный спрос?
3. Приведите примеры, когда в результате изменения рыночного равновесия выручка продавца:
 - а) сократится;
 - б) возрастет;
 - в) нельзя сказать однозначно, как изменится.
4. В рабочей тетради решите графически задачи по связанным рынкам: на собственном примере двух-трёх связанных товаров покажите, как изменится рыночное равновесие на каждом рынке в конкретной ситуации.

§ 7. Конкуренция и её виды

Хорошо ли для нас, потребителей, когда на рынке много фирм-производителей и они конкурируют друг с другом? Очевидно, чтобы привлечь покупателей, эти фирмы будут стараться повысить качество своей продукции, расширить разнообразие своих товаров, установить цены ниже, чем у конкурентов. Всё это нас вполне устраивает.

Хорошо ли для фирм, когда у них есть конкуренты? Наверное, не очень, ведь можно обанкротиться. Но банкротом станет слабая фирма, которая не смогла обеспечить высокое качество своей продукции или не выдержала ценовой конкуренции. Такое банкротство вполне закономерно. В то же время сами фирмы становятся покупателями факторов производства, и они тоже заинтересованы в высоком качестве и низких ценах на этих рынках. Следовательно, конкуренция выгодна всем. Экономисты шутят: «Там, где нет конкуренции, спится лучше, но живётся хуже».

Конкуренция — это борьба за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров и услуг. В разных отраслях количество продавцов товара может варьироваться от единицы до очень большого значения.

? Когда продавец имеет больше власти на рынке: когда он один или когда продавцов несколько; когда его товар такой же, как у многих, или когда товар уникальный и не имеет заменителей?

В зависимости от количества продавцов на рынке, от того, какие отношения складываются между ними, и ещё от ряда факторов различают основные виды конкуренции: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.

1. Совершенная конкуренция

Совершенная конкуренция — рынок, на котором множество мелких фирм производят одинаковую продукцию и не имеют возможности контролировать цены на неё. Количество покупателей на таком рынке также бесконечно велико. Никто из участников рынка не имеет информации больше, чем все остальные. Это теоретическая модель; в реальной жизни почти нет таких рынков, на которых бы в полной мере выполнялись такие условия. Но некоторые рынки близки к совершенной конкуренции. Это рынки сельскохозяйственных продуктов (например, рынок пшеницы, рынок кукурузы); рынок рыбы; фондовый рынок, где продаются ценные бумаги.

Почему отдельные производители, действующие на рынках совершенной конкуренции, не могут повлиять на рыночную цену?

Пример. На рынке, где действует бесконечно много покупателей и продавцов, продающих совершенно одинаковый товар, установилась равновесная цена. Допустим, один из продавцов решит продавать товар дороже. Очевидно, он не продаст свой товар, поскольку рядом ещё много продавцов, продающих точно такой же товар дешевле. В итоге выручка такого продавца только уменьшится.

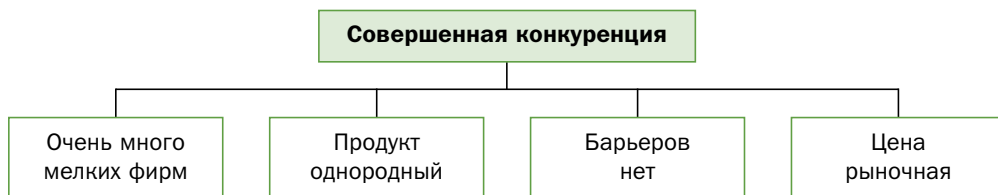
Допустим, другой продавец решит продавать свой товар дешевле. Он, конечно, продаст его, но, поскольку покупателей бесконечно много, он бы в любом случае продал свой товар, а при заниженной цене каждая проданная единица товара не принесёт ему часть выручки. В итоге выручка этого продавца также будет меньше.

Только при равновесной рыночной цене выручка продавцов будет наибольшей. На рынке совершенной конкуренции продавец вынужден принять рыночную цену, он является ценополучателем (price-taker).

? Нужна ли реклама в условиях совершенной конкуренции?

Когда на рынке очень много продавцов, то нет никаких барьеров, чтобы ещё один продавец присоединился к ним.

На схеме отражены основные признаки совершенной конкуренции.



2. Монополистическая конкуренция



Как можно обойти конкурентов?

Как сделать свою продукцию более привлекательной для покупателей?

Поднять цену на товар можно только при условии, что ваша продукция в чём-то превосходит продукцию конкурентов. Процесс создания уникальной продукции, отличной от аналогов, называется *дифференциацией*. Существует много способов дифференциации продукции.

Прежде всего это повышение *качества* продукции. Фирма может пригласить дизайнера, художника, технолога, программиста и других специалистов, которые проведут научно-исследовательские работы (НИР) и найдут способы повысить качество, надёжность, долговечность вашего продукта.

Другой способ дифференциации продукции — повышение качества *обслуживания* покупателей. Вы и ваши родители знаете, в каких магазинах приятно делать покупки, услуги каких специалистов вызывают больше доверия, какие продавцы обеспечивают высококвалифицированное обслуживание, и за это вы готовы заплатить более высокую цену.

Если вы решили сделать крупную покупку, например приобрести телевизор, вряд ли вы пойдёте на рынок бытовой техники. Почему? Вам нужно быть уверенными в том, что вашему телевизору будет обеспечено *гарантийное обслуживание*, а для этого в паспорте товара должен стоять штамп магазина. За это покупатели тоже готовы заплатить более высокую цену.

Преимущество имеют ещё те фирмы, расположение которых более удобно для пользователей. Кафе рядом с вузом будет всегда востребовано, автозаправочная станция в удобном месте при наличии тех же марок бензина будет пользоваться повышенным спросом, продуктовый магазин в вашем доме вы будете посещать чаще, даже если какие-то продукты можно было бы купить дешевле в других местах.

Если фирме удалось добиться некоторого преимущества по сравнению с конкурентами, ей необходимо дать рекламу, пусть недорогую, чтобы по-

купатели были проинформированы об уникальности её предложений. Так формируется рынок монополистической конкуренции.

Монополистическая конкуренция — это рынок, на котором большое количество мелких фирм производят сходную продукцию и отчасти имеют возможность контролировать цены на неё.

Барьеры для входа на такой рынок могут возникнуть, поскольку не каждый конкурент способен обеспечить такие же преимущества для своего продукта, но эти барьеры достаточно легко преодолимы. На рынке монополистической конкуренции действует достаточно много продавцов. Примерами рынков монополистической конкуренции могут быть местные магазины розничной торговли: цветочные и сувенирные киоски, канцтовары, книги, продуктовые магазинчики, булочные и др. В реальной жизни это самый распространённый вид конкуренции.



3. Олигополия

Олигополия — это рынок, который принадлежит нескольким крупным фирмам.



Какие операторы мобильной связи вам известны? Сколько их?
Сколько фирм производят мобильные телефоны?

Весь рынок производителей мобильных телефонов поделён между 10–15 крупнейшими корпорациями. Почему этих фирм так мало, по каким принципам они устанавливают цены на свою продукцию, много ли денег тратят на рекламу?

В условиях олигополии количество фирм невелико, поскольку существуют высокие *барьеры* для входа в отрасль. Барьерами могут быть:

- огромная величина стартового капитала, необходимого для производства данного товара;
- необходимость лицензии на производство товара или услуги;
- коммерческая тайна;
- необходимость соблюдения авторского или патентного права.

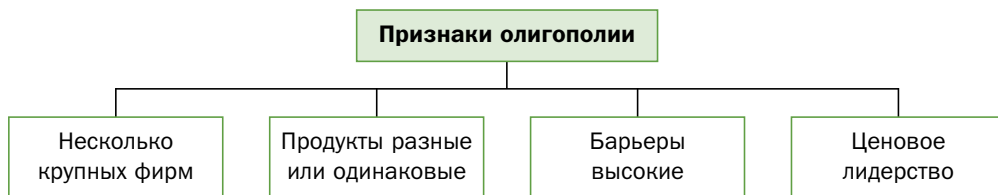
Например, при производстве мобильного телефона необходимо купить права на полсотни патентов.

Олигополиями являются также рынок компьютеров, рынок парфюмерии, рынок автомобилей, рынок нефти. На таких рынках ценовая конкуренция менее эффективна, чем в условиях совершенной или монополистической конкуренции: если компания понизит цену, то остальные тоже понизят, в итоге у всех компаний сократятся доходы. Цены на товары при олигополии устанавливаются по принципу *ценового лидерства*: признанный лидер данной отрасли устанавливает свои цены, остальные фирмы им следуют.

На рынке олигополий конкуренция ведётся вокруг потребительских свойств товаров. Высокое качество товаров должно сопровождаться соответствующей маркетинговой деятельностью, прежде всего рекламой. В условиях олигополии фирмы тратят огромные средства на рекламу. Практически вся дорогостоящая реклама на телевидении, на радио, на транспорте и т. п. — это реклама олигополий. Известны случаи, когда фирмы платили за рекламное время на телевидении миллионы долларов за минуту.



Вспомните рекламные ролики на телевидении. Какие товары и какие фирмы представлены? Являются ли эти фирмы олигополиями?



4. Монополия

Самой большой рыночной властью обладает монополист. **Монополия** — это рынок, на котором присутствует единственный продавец уникального (не имеющего заменителя) продукта. Монополия невыгодна потребителям: монополист не заинтересован в повышении качества своей продукции, в разнообразии ассортимента, он имеет возможность устанавливать завышенные цены. Чтобы не допустить образования новых монополий, государство проводит антимонопольную политику.

Почему же ряд действующих монополий являются легальными, законными? Дело в том, что в ряде отраслей конкуренция может навредить общественным интересам, вызвать дополнительные неоправданные затраты. Представьте себе метро, где каждая линия — самостоятельное пред-

приятие. Или газоснабжение дома, когда каждая квартира подводит себе трубы от разных поставщиков. Такая конкуренция только увеличит наши затраты. В этих случаях государство допускает возникновение естественных монополий. **Естественная монополия** — предприятие, которое может производить товары и услуги с меньшими издержками, чем несколько предприятий. Выделяют две причины существования естественной монополии: 1) товар не имеет заменителя; 2) наличие единого хозяйственного цикла, разрыв которого невозможен. Уникальные природные условия также могут быть условием создания естественной монополии, например: целебный источник, уникальный курорт и др.

Другими легальными монополиями в России являются железнодорожные перевозки, метро, городские телефонные службы.

? В масштабах всей страны примерами естественных монополий являются «Газпром», «Норильский никель». Существуют ли в вашем городе фирмы-монополисты?

Кроме того, законным монополистом является изобретатель в отношении своего патента; композитор, художник, писатель — монополисты в отношении авторского права на своё произведение.

? Может ли киностудия поставить фильм без согласия автора романа? Почему?

В определении термина «монополия» два существенных момента: продавец единственный, а товар — уникальный. Если товар имеет заменители, это уже не монополия. Что касается входных барьеров в монополию, то они не просто высокие: вход заблокирован. Пользуясь рыночной властью, монополист сам устанавливает монопольно высокие цены (price-maker). Однако государство ограничивает цены и тарифы монополиста. И это не единственное ограничение. Монополист, как и любой продавец, ограничен кривой спроса. Он может продавать товар только при условии, что покупатели готовы купить товар по предложенной цене.

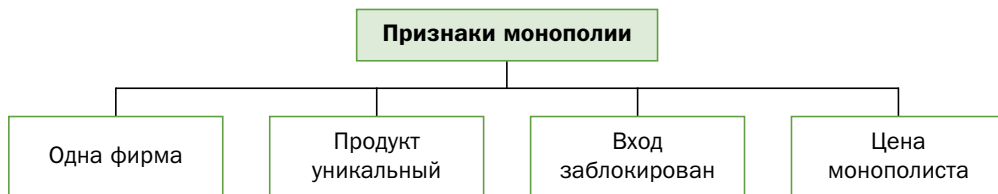
? Нуждается ли товар монополиста в рекламе?

Представьте, что единственная в городе электростанция будет призывать потребителей включить свет или пользоваться горячей водой. Реклама как таковая монополисту не нужна, его товар уникальный, заменителей нет, и покупатели будут вынуждены купить именно данный товар. Но монополист через средства массовой информации поддерживает связи с общественностью — осуществляет пиар (public relations — PR).

С точки зрения общественных интересов монополия имеет и недостатки, и преимущества.

Так, издержки естественных монополий ниже, чем были бы в условиях других рыночных структур, но эти низкие издержки приводят, как правило, не к низким ценам, а к росту прибыли монополистов.

Далее, только крупные фирмы могут организовать мощные научно-исследовательские центры, создавать новые продукты и технологии. Но монополисты не заинтересованы в распространении инноваций, сохраняя своё монополистическое положение.



Существует ещё один вид несовершенной конкуренции — монопосония. **Монопосония** — это такой вид рыночной структуры, при котором монополистом является не продавец, а покупатель.

В этом случае уже покупатель получает рыночную власть, имеет возможность занижать цену и получать прибыль за счёт потери части доходов продавцами.

Единственным покупателем может быть, например, государство, если речь идёт о продаже подводной лодки или ракеты. Монопосония проявляется и на рынке сельскохозяйственной продукции, когда отдельные мелкие фермеры вынуждены сдавать свою продукцию закупщику по заниженным ценам. На рынке труда также возможна монопосония, если единственная фирма нанимает рабочих по заниженным ставкам заработной платы.

Государство проводит антимонопольную политику по содействию конкуренции, пресечению недобросовестной конкуренции, ограничению монополистической деятельности. Недобросовестная конкуренция противоречит законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости.

Государство также обеспечивает защиту интересов потребителей. Так, в России действуют следующие законы:

- Конституция РФ, статья 34;
- Федеральный закон «О защите конкуренции»;
- Федеральный закон «О естественных монополиях»;
- Закон РФ «О защите прав потребителей».

В частности, *Закон РФ «О защите прав потребителей»* регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортёрами, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах и об их изготовителях, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав. Предприниматель должен обеспечить качество, упаковку, маркировку продукта, безопасность потребителя. Как показывает практика, наиболее часто потребители сталкиваются со следующими ситуациями нарушения этики бизнеса: некачественная бытовая техника, навязанные услуги, некачественная мебель или просрочка исполнения заказа на её изготовление, возврат косметики, купленной в кредит, защита прав автовладельцев и др. *Общество защиты прав потребителя* помогает решить подобные ситуации в пользу потребителей.

Рассмотренные выше основные типы конкурирующих рынков можно представить в виде схемы.



Только в условиях совершенной конкуренции цены устанавливаются на основе спроса и предложения. «Рынки и парашюты срабатывают, только если они открыты» (Х. Шмидт). При несовершенной конкуренции существует контроль над уровнем цен в условиях монополистической конкуренции, олигополии или монополии. Как только фирма получает рыночную власть, она получает дополнительную прибыль, устанавливая цену выше, чем она была бы в условиях совершенной конкуренции, и производя меньший объём продукции. В результате эффективность использования ресурсов снижается.

Выводы

- Типы рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.
- При совершенной конкуренции ресурсы используются эффективно: цены минимальные, объем производства максимальный.
- При несовершенной конкуренции ресурсы используются неэффективно: цены завышены, объем производства занижен.

Основные понятия

Конкуренция
Совершенная конкуренция
Дифференциация продукции
Монополистическая конкуренция
Олигополия
Монополия

Вопросы и задания

1. В чём заключаются преимущества конкуренции?
2. Назовите признаки совершенной конкуренции.
3. Что такое дифференциация? Приведите примеры дифференциации продукции.
4. В чём состоит разница между понятиями «совершенная конкуренция» и «монополистическая конкуренция»?
5. Что может быть барьером для входа в отрасль?
6. Какой вид рынка даёт продавцу наибольшую рыночную власть?
7. Почему в условиях антимонопольного законодательства разрешены монополии?
8. Какие законы в России регулируют деятельность монополий?

§ 8. Формы организации бизнеса

1. Понятие предпринимательства

Как организовать бизнес? Сколько должно быть владельцев? Как распределяются их права на фирму? Вообще, какая форма бизнеса лучше? Чтобы подобрать для своего бизнеса оптимальную форму, необходимо иметь представление об особенностях этих форм организации, их преимуществах и недостатках.

Право на осуществление предпринимательской деятельности закреплено в ст. 34 Конституции РФ, в которой сказано: «Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом деятельности».

Предпринимательство — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, целью которой является получение прибыли. Предпринимательством занимаются лица, закрепленные в этом качестве в установленном законом порядке. Осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации является правонарушением.

Таким образом, к признакам предпринимательской деятельности можно отнести:

- *самостоятельность* (граждане и юридические лица по своему усмотрению осуществляют принадлежащие им права на предпринимательскую деятельность);
- *риск* (который может привести к убыткам, угрожающим утратой бизнеса или его сокращением);
- систематическое *получение прибыли* (которая может быть получена от осуществления определенных видов деятельности: пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг и др.);
- таким видом деятельности могут заниматься *лица, закрепленные в этом качестве законом*.

В соответствии с п.1 ст. 132 Гражданского кодекса «предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности». **Предприятие** — это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Предприятие может быть коллективным (фирма) или индивидуальным.

Фирма — коммерческая организация, приобретающая экономические ресурсы для производства и продажи товаров и услуг в целях получения прибыли.

Фирма является юридическим лицом. **Юридическое лицо** характеризуется следующими признаками:

- имеет обособленное имущество;
- отвечает по своим обязательствам этим имуществом;
- имеет имущественные права и обязанности;
- может быть истцом и ответчиком в суде;
- имеет самостоятельный баланс (смету) и собственный расчётный счёт.

Фирма как экономический агент, занимающийся производством, отвечает на основные вопросы экономики:

- что производить? Фирма выбирает такой перечень товаров и услуг, при производстве которого она получит максимальную прибыль;
- как производить? Фирма организует производство наиболее эффективно, т. е. чтобы при минимальных затратах получить максимальный выпуск продукции;
- для кого производить? Фирма изучает особенности спроса потребителей и корректирует производство таким образом, чтобы наиболее полно удовлетворить спрос и максимизировать свою прибыль.

Прибыль — главная, но не единственная экономическая цель фирмы. Целями фирмы могут быть увеличение доли рынка в борьбе с конкурентами, рост объёма производства, повышение качества продукции, рост благосостояния работников фирмы.

Предприниматель несёт определённую ответственность перед потребителем: он должен обеспечить качество и упаковку продукта, его маркировку, безопасность потребителя и бережное отношение к окружающей среде.

Итак, понятие «предприятие» шире, чем «фирма», и включает индивидуальных предпринимателей и фирмы.

Рассмотрим, какие формы может иметь предприятие, на примере российской экономики.

Вероятно, вы обращали внимание на такие сокращения: ИП, ООО, АО. Вы могли их видеть на вывесках магазинов и киосков, в газетах и на экранах телевизоров. Это формы организации бизнеса.

Существуют разные формы организации бизнеса: единоличные предприятия, товарищества, общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества, кооперативы и др. Каковы особенности этих форм организации, их преимущества и недостатки?

2. Индивидуальная деятельность

Индивидуальное предприятие — это дело, которым владеет один человек. Индивидуальный предприниматель не имеет статуса юридического лица, а является **физическим лицом**.



Подумайте, какие преимущества и какие трудности может иметь «единоличник». Чем он рискует в случае банкротства?

Такую форму бизнеса легче всего организовать, не требуется большой стартовый капитал. Владелец — сам себе босс: он свободно распоряжается рабочим временем, сам принимает все решения по вопросам деятельности и развития фирмы. Это достоинства единоличного предприятия.

Серьёзным недостатком такой формы бизнеса является *неограниченная имущественная ответственность* владельца. Возможно, вы слышали такие словосочетания: ограниченная ответственность, неограничен-

ная ответственность. В чём разница? При неограниченной ответственности владелец рискует всем своим состоянием, и в случае банкротства он будет вынужден расплачиваться по долгам своим личным имуществом: квартирой, дачей, автомобилем и т. д. Это высокий риск вложения капитала. Кроме того, единоличному владельцу трудно создать предприятие большого масштаба, так как размеры его стартового капитала ограничены. Отсюда — ещё несколько недостатков: ограничены средства на дорогую рекламу, на привлечение профессионалов — юристов, экономистов, дизайнеров, инженеров и др. Поскольку финансовая устойчивость единоличников, как правило, невелика, банки будут неохотно давать кредит на их развитие. Срок существования единоличного предприятия относительно невелик по сравнению, например, с акционерным обществом. Чтобы передать права владения, «единоличнику» необходимо составить завещание в присутствии нотариуса, а это достаточно длительная процедура.

Тем не менее простота организации оказывается более весомой, чем перечисленные недостатки; единоличное владение — самая распространённая форма организации бизнеса. В России это — ИП (индивидуальный предприниматель). Примерами индивидуальных предпринимателей могут быть владельцы киосков, предприятия по пошиву и ремонту одежды, металлоремонт, ремонту бытовой техники, небольшие кафе, мини-типографии и т. п. Большая доля единоличных владельцев приходится в России на розничных продавцов импортных товаров.

3. Хозяйственные товарищества и общества

Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделённым на доли уставным капиталом. Это фирмы, которыми владеют два или несколько человек.

Совладельцы объединяют капиталы, усилия, способности, идеи. Совладельцы помогают друг другу, страхуют от ошибок. Разделение труда, разделение функций управления — достоинства товарищества. Эта фирма может быть более крупной, чем единоличное владение, соответственно, ей проще решать проблемы с рекламой, привлечением дорогостоящих специалистов. Нередко товарищества объединяют квалифицированных специалистов одного профиля: издательство, небольшое наукоёмкое предприятие, аудиторская фирма, стоматологическая клиника, туристическая фирма.

Полное товарищество характеризуется неограниченной ответственностью его участников (полных товарищей) по обязательствам товарищества не только вложенным капиталом, но и всем своим имуществом. Другая форма товарищества — *товарищество на вере* — включает полных то-

варищей и вкладчиков с ограниченной ответственностью. Это означает, что в случае банкротства товарищества последние могут утратить только имущество, вложенное ими в фирму, а их личное имущество останется неприкосновенным.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) сочетает преимущества товарищества и ограниченную ответственность. Поэтому ООО получили широкое распространение в России. Но эта форма имеет ряд недостатков.

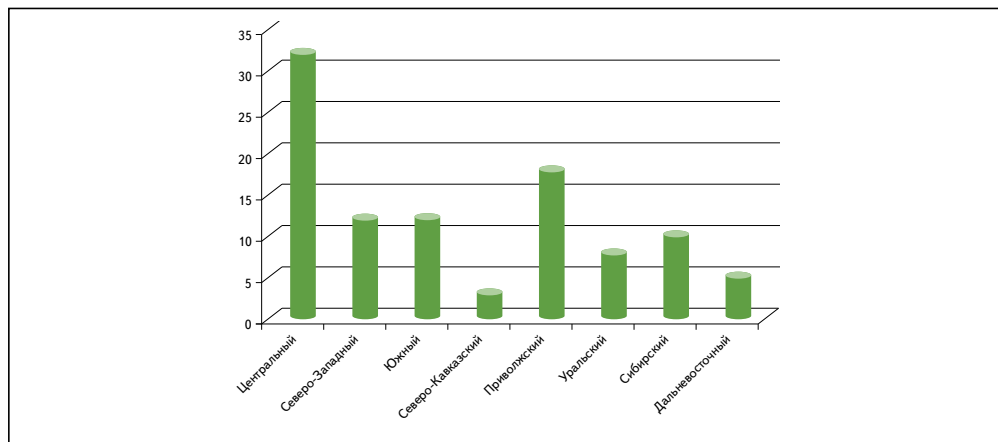
Конфликты — одна из главных причин распада хозяйственных товариществ и обществ. Такая форма организации бизнеса, как ООО, ограничивает свободу действий совладельцев, управление становится менее гибким, возможна утечка информации. Кроме того, совладельцам надо делиться прибылью. Размеры фирмы ограничены, возможности роста невелики.

Рассмотренные формы организации относятся к малому бизнесу, который позволяет решать крупные народно-хозяйственные задачи и имеет ряд преимуществ:

- малые предприятия способны быстро приспосабливаться к спросу, учитывать индивидуальные вкусы и предпочтения потребителей;
- они помогают решать проблему занятости;
- «рисковые» малые предприятия содействуют развитию научно-технического прогресса, поставляют отдельные детали и полуфабрикаты крупным фирмам.

В России на 2021 г. зарегистрировано 5,7 млн малых и средних предприятий. Из них наибольшая часть приходится на Центральный округ.

**Доля малых и средних предприятий
в России отдельных округах РФ в 2021г. (%)**



4. Акционерное общество

Акционерное общество (АО) — фирма, в которой собственность разделена на части по акциям.

Совладельцами являются те, кто купил акции данной фирмы. Даже если у вас только одна акция, вы уже являетесь совладельцем фирмы. Могут быть и крупные акционеры. Контрольный пакет акций в идеальном случае включает 50 % акций + 1 акцию, но на практике он обычно меньше 50 %.

Акционерное общество — это очень крупное предприятие. Основной оборот капитала в стране приходится на акционерные общества, хотя по количеству предприятий их существенно меньше, чем индивидуальных предпринимателей.

Количество акционеров отдельных АО может достигать сотен тысяч, оборот капитала каждой из таких фирм измеряется сотнями миллионов рублей. В России крупнейшими акционерными обществами являются Газпром, Лукойл, Российские железные дороги, Сбербанк России, Аэрофлот и многие другие.

Высшим органом управления АО является *общее собрание* акционеров, которое собирается раз в год. На этом собрании решаются самые важные вопросы, в том числе о выплате дивидендов.

Дивиденд — это часть прибыли корпорации, которую получают акционеры как совладельцы фирмы.

При голосовании на собрании акционер имеет столько голосов, сколько у него акций. Между собраниями управление фирмой осуществляется президентом, советом директоров, менеджерами.

В настоящее время различают публичные и непубличные акционерные общества.

В *публичном АО* акции и ценные бумаги публично (путём открытой подписки) размещаются или обращаются (т. е. предлагаются неограниченному кругу лиц) на условиях, которые установлены законами о ценных бумагах. Чтобы получить статус публичного, АО должно указать в своём уставе и фирменном наименовании, что оно является публичным. Участники публичного АО могут свободно продавать свои акции.

Остальные акционерные общества, а также все общества с ограниченной ответственностью признаются *непубличными*. Уставом непубличного АО может быть предусмотрена необходимость получения согласия акционеров на продажу акций третьим лицам. Число акционеров и в публичных, и в непубличных АО не ограничено.

? Какие преимущества даёт крупное предприятие? В каких отраслях малое предприятие окажется эффективнее, чем крупная корпорация?

Достоинствами акционерного общества являются высокая надёжность, стабильность работы предприятия. Отсюда — больше возможность взять кредит на развитие, возможность проведения научно-исследовательских работ с привлечением профессионалов, возможность проведения маркетинговых исследований и размещения дорогостоящей рекламы. При необходимости акционерное общество может осуществить дополнительную эмиссию (выпуск) акций и привлечь дополнительные инвестиции. АО может существовать неограниченно долгое время: известны, например, такие должжители, как Zinger — немецкий производитель швейных машин (существует более 200 лет), Procter & Gamble (более 130 лет) и др. Первых акционеров уже нет в живых, а фирма продолжает существовать. Чтобы передать свои права владения акционерным обществом, акционеру достаточно продать (или подарить) акции. Акционерное общество характеризуется ограниченной ответственностью, поэтому акционеры не должны отвечать по долгам АО, они рискуют только той частью средств, которую вложили в покупку акций.

Крупная фирма имеет возможность обеспечить специализацию труда и производства, использовать высокопроизводительное автоматизированное оборудование и организовать поточное производство. Она занимает более выгодные позиции в конкурентной борьбе. На крупном предприятии легче утилизировать отходы, изготавливать из них побочную продукцию.

Однако и акционерное общество имеет недостатки. Такую фирму очень сложно и дорого организовать, требуются услуги специалистов (юристов, экономистов) для оформления всех документов, необходимых для регистрации фирмы. Есть опасность «размывания» прав собственности в случае дополнительного выпуска акций, поскольку доля акций прежних акционеров уменьшается, если новые акции купят другие акционеры. Отсутствует коммерческая тайна: чтобы прежние и будущие акционеры имели доступ к финансовым результатам фирмы, акционерное общество должно ежегодно в открытой печати (в газетах) публиковать основные показатели фирмы. Эти цифры становятся доступными не только акционерам, но и конкурентам.

Управлять такой крупной фирмой сложно, оперативное управление отделено от собственников, его осуществляют наёмные менеджеры. Бюрократизация, многоступенчатость управления, ослабление контроля могут привести к снижению эффективности работы фирмы. Ещё один недостаток — акционеры платят двойной налог: прибыль фирмы облагается налогом, затем оставшаяся прибыль, направленная на выплату дивидендов, ещё раз облагается налогом, уже как доход акционеров.

Таким образом, нельзя однозначно ответить на вопрос, какая форма организации бизнеса лучше. При выборе формы бизнеса следует учитывать сферу будущей деятельности, её особенности, масштабы, размер стартового капитала, а также основные преимущества и недостатки каждой формы организации бизнеса.

Ниже дана сравнительная характеристика индивидуального предприятия, общества с ограниченной ответственностью и акционерного общества.

Преимущества и недостатки форм организации бизнеса

Критерий сравнения	ИП	ООО	АО
Простота организации	+	+	–
Свобода действий	+	–	–
Разделение труда	–	+	+
Гибкость управления	+	–	–
Возможность рекламы	–	–	+
Возможность НИР	–	–	+
Ограниченная ответственность	–	+	+
Стабильность работы	–	–	+
Доступность кредита	–	–	+
Опасность конфликтов	–	+	–
Утечка информации	–	+	+
Ограничение размеров фирмы	+	+	–
Обязанность делиться прибылью	–	+	+
Ограничение срока существования	+	+	–
Двойное налогообложение	–	–	+

В России на 1 января 2014 г. общее количество организаций достигло 4,6 млн. Из них подавляющее большинство (85,5 %) относится к частной

форме собственности, 7,2 % юридических лиц имеют государственную или муниципальную форму собственности, а остальные принадлежат к смешанной форме собственности.

Выводы

- Фирма затрачивает факторы производства для создания благ в целях получения прибыли.
- Предприятия отличаются по организационно-правовой форме, размерам, структуре продукции.
- Каждая форма организации бизнеса имеет свои преимущества и недостатки.

Основные понятия

Предпринимательство
Предприятие
Фирма
Единоличное владение
Товарищество
Общество с ограниченной ответственностью
Акционерное общество
Ответственность ограниченная
Ответственность неограниченная
Юридическое лицо

Вопросы и задания

1. «Не было бы риска — не было бы и прогресса». Объясните эти слова В. Вересаева с точки зрения роли предпринимательства в нашей жизни.
2. Что такое фирма? Может ли индивидуальный предприниматель называть своё дело фирмой?
3. Объясните, в чём отличие ограниченной ответственности от неограниченной.
4. Сравните ООО и АО: в чём преимущества каждой из этих форм бизнеса, а в чём — недостатки?
5. При какой форме бизнеса легче передать права владения фирмой?
6. Какая форма является самой распространённой? Почему?
7. Что (кто) является высшим органом управления акционерным обществом?
8. Какая форма организации бизнеса имеет самый большой оборот капитала?

9. Проанализируйте цифры, приведенные в диаграмме на с. 62. Сделайте вывод об уровне развития предпринимательства в отдельных регионах страны.

§ 9. Экономика фирмы

Главная функция фирмы — производить товары и услуги для удовлетворения спроса потребителей. В процессе производства фирмы используют факторы производства.

? Какие четыре фактора должна приобрести фирма для производства товаров и услуг?

Осуществляя хозяйственную деятельность, фирма получает доходы и несёт расходы. Разность между этими величинами составляет прибыль, которая и является главной экономической целью фирмы. Конечно, фирме было бы выгодно максимизировать прибыль, а для этого доходы должны как можно больше превышать расходы. Из этого параграфа вы узнаете, как определяются доходы фирмы, из чего складываются расходы и почему далеко не всем фирмам удаётся работать с высокой прибылью.

1. Финансовые показатели фирмы

Как формируется доход фирмы? Фирма использует трудовые, земельные, капитальные и предпринимательские ресурсы, превращая их в товары и услуги. Этот процесс называется *производством*. Общее количество товаров или услуг, произведённых фирмой в единицу времени, — **общий продукт** — **Q** (quantity).

Если общий продукт **Q** будет продан фирмой по цене **P**, то фирма получит выручку **R**. Это и есть доход фирмы. **Выручка** фирмы — это стоимость всей произведённой продукции:

$$R = P \times Q$$

Покупая необходимые факторы производства, фирма несёт издержки. **Издержки** фирмы — денежная оценка затрат всех факторов, участвующих в производстве готовой продукции. Напомним, что для производства должны быть задействованы четыре группы факторов: труд, земля, капитал, предпринимательство.

Средства, которые остаются у предпринимателя от выручки (дохода) после оплаты всех издержек, называются **прибылью**. Прибыль определяется как разница между выручкой фирмы и общими издержками:

$$\text{Прибыль} = \text{Выручка} - \text{Издержки}$$

Если выручка превышает общие издержки, фирма работает с прибылью. Если выручка меньше общих издержек, фирма убыточна. Чтобы иметь прибыль, фирма должна стремиться к увеличению выручки и снижению затрат.

Пример. Фирма собирает велосипеды. За месяц рабочие этой фирмы могут собрать 4000 велосипедов стоимостью 5000 р. каждый.

В этом примере общий продукт равен 4000 ед., выручка за месяц равна:

$$R = 5000 \times 4000 = 20\,000\,000 \text{ р. (20 млн р.)}$$

Прежде чем подсчитывать прибыль, фирма должна оценить все свои издержки (стоимость комплектующих изделий, заработную плату рабочих, плату за помещение и др.). Подробнее виды издержек будут рассмотрены в следующем разделе. Допустим, все издержки составили 15 млн р. Тогда прибыль фирмы составит:

$$\Pi = 20 - 15 = 5 \text{ (млн р.)}$$

Если бы издержки фирмы оказались равными 22 млн р., то фирма понесла бы убыток в сумме 2 млн р.:

$$\Pi = 20 - 22 = -2 \text{ (млн р.)}$$

Итак, если фирма получает прибыль, то она работает *эффективно*. Но насколько эффективно? Достаточно ли знать сумму прибыли, чтобы судить о том, что вложенные в производство деньги «работают» достаточно эффективно?

Пример. На фабрике три цеха шьют изделия из льняной ткани: первый цех — скатерти, второй цех — рубашки, третий цех выполняет заказ зарубежной фирмы и шьёт чехлы для автомобильных кресел. Годовые экономические показатели каждого цеха приведены в таблице.

Цех	Продукт	Затраты, млн р.	Выручка, млн р.	Прибыль, млн р.
№ 1	Скатерти	50	55	5
№ 2	Рубашки	100	105	5
№ 3	Чехлы	10	15	5

Наша задача: определить, какой цех работает более эффективно.

По данным таблицы, прибыль каждого цеха одинаковая и составляет 5 млн р. в год. Однако фабрика потратила разные суммы на производство этих продуктов: на пошив скатертей было потрачено 50 млн р., на пошив рубашек — 100 млн р., а на пошив чехлов — всего 10 млн р. Следовательно, деньги, вложенные в производство каждого цеха, «работали» с разной степенью эффективности: наиболее высокую отдачу от затрат имеет цех, производящий чехлы, наименьшую отдачу фабрика имеет от затрат на пошив рубашек. Рассчитаем, какую долю прибыли (в процентах) приносит каждый вложенный рубль в этих цехах.

Для цеха № 1: $(5 \text{ млн р.} : 50 \text{ млн р.}) \times 100 \% = 10 \%$.

Для цеха № 2: $(5 \text{ млн р.} : 100 \text{ млн р.}) \times 100 \% = 5 \%$.

Для цеха № 3: $(5 \text{ млн р.} : 10 \text{ млн р.}) \times 100 \% = 50 \%$.

Мы видим, что отдача от каждого рубля, вложенного в производство чехлов, составляет 50 %, а отдача от каждого рубля, вложенного в производство скатертей и рубашек, — соответственно 10 и 5 %. Рассчитанный нами показатель называется рентабельностью. Итак, цех № 3 имеет более высокую рентабельность, чем остальные два цеха.

Рентабельность (нем. *Rentabel* — доходный, полезный, прибыльный) отражает степень эффективности использования ресурсов. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к затратам и выражается в процентах:

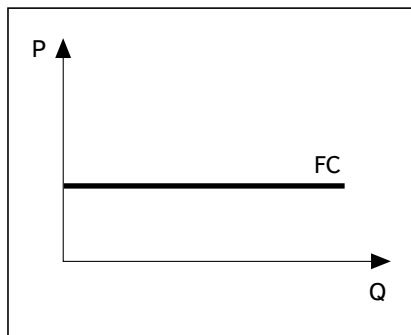
$$\text{Рентабельность} = \text{Прибыль} : \text{Затраты} \times 100 \%$$

2. Виды издержек фирмы

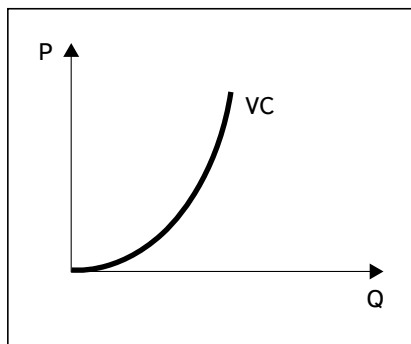
Существуют различные виды издержек фирмы. Есть издержки, величина которых не зависит от того, сколько единиц продукции будет произведено. Например, здание, в котором располагаются производственные мощности, требуется в любом случае, плата за это здание — величина постоянная. Если фирма берёт кредит в банке, то процент по этому кредиту зависит от срока кредита, суммы кредита, но не зависит от объёма выпуска продукции данной фирмой. Сколько бы единиц продукции фирма ни выпускала, процент по кредиту имеет фиксированную величину.

Так же обстоит дело со страховыми взносами: когда фирма страхует своё имущество, то размер регулярных взносов зависит не от того, сколько единиц продукции будет выпускать фирма, а от стоимости застрахованно-

Постоянные издержки



Переменные издержки



го имущества, срока страхования и т. п. Все приведенные примеры относятся к постоянным издержкам.

Постоянные издержки не зависят от объема произведённой продукции. Они связаны с самим существованием производства и должны быть оплачены, даже если фирма ничего не производит. Они обозначаются **FC** (fixed cost) и графически изображаются в виде горизонтальной линии: при любом значении количества продукции Q эти издержки имеют одинаковую величину, в том числе при $Q = 0$.

Постоянными издержками могут быть:

- плата за помещение;
- плата за лицензию;
- зарплата аппарата управления;
- охрана помещения;
- процент банку за кредит;
- страховые взносы и пр.

Переменные издержки — издержки, величина которых изменяется в зависимости от увеличения или уменьшения объема производства.

Например, если фирма производит столы, то с увеличением количества произведённых столов увеличивается количество использованной древесины. Стоимость потреблённой электроэнергии также будет расти, если включаются дополнительные станки. Заработная плата рабочих со сдельной оплатой труда увеличивается, если растёт количество произведённых ими столов. Переменные издержки обозначаются **VC** (variable cost) и графически изображаются в виде возрастающей кривой: чем больше величина выпуска продукции Q , тем больше значение переменных издержек VC . Если фирма ничего не производит ($Q = 0$), то затраты на древесину, на оплату труда рабочих и т. п. равны нулю ($VC = 0$).

Переменными издержками могут быть:

- плата за сырьё и материалы;
- зарплата рабочих;
- плата за электроэнергию;
- плата за транспортные услуги и др.

Общие издержки — TC (total cost) — сумма постоянных и переменных издержек:

$$TC = FC + VC$$

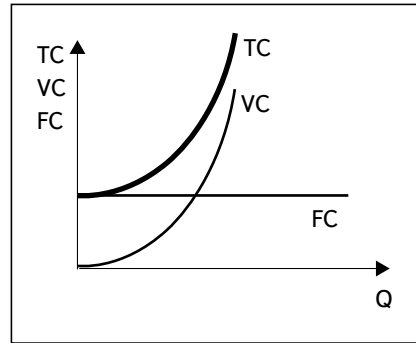
Графически общие издержки изображаются как сумма графиков постоянных и переменных издержек.

Необходимо оговориться, что важную роль в разделении издержек на постоянные и переменные играет фактор времени. Существуют понятия краткосрочного периода времени и долгосрочного периода времени. Эти понятия не связаны с календарными сроками, такими как месяц или год. Понятия «краткосрочный период» и «долгосрочный период» зависят от того, как изменяются факторы производства.

Краткосрочный период — период, в течение которого одни факторы являются постоянными, а другие — переменными.

Долгосрочный период — период, в течение которого все факторы производства являются переменными.

Общие издержки



3. Средние издержки

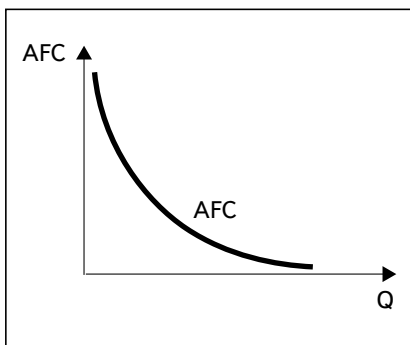
Общие издержки отражают затраты фирмы на производство всей продукции. А во что обходится фирме производство одной единицы продукции? Таким показателем являются средние издержки. Величина средних издержек представляет большой интерес для предпринимателя: сравнивая средние издержки с ценой продукции, он может оценить свою прибыль от каждого выпущенного товара.

Средние издержки — издержки фирмы, приходящиеся на одну единицу продукции.

Поскольку в краткосрочном периоде издержки фирмы подразделяются на постоянные и переменные, то предприниматель может рассчитать средние постоянные и средние переменные издержки.

Средние постоянные издержки — AFC (average fixed cost) — постоянные издержки в расчёте на одну единицу продукции:

$$AFC = FC : Q$$

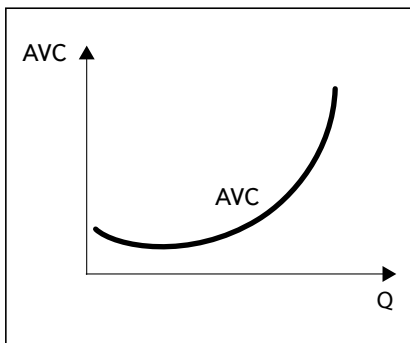


где FC — величина постоянная, а Q — переменная.

Графически средние постоянные издержки изображаются в виде гиперболы. С ростом выпуска продукции AFC снижаются.

Средние переменные издержки — AVC (average variable cost) — переменные издержки на одну единицу продукции:

$$AVC = VC : Q$$



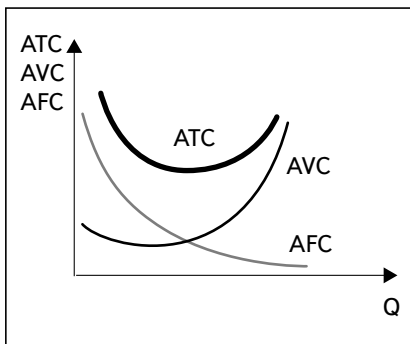
Графически AVC изображаются в виде кривой, которая по мере роста выпуска Q сначала снижается, затем возрастает.

Средние общие издержки — ATC (average total cost) — стоимость производства одной единицы продукции:

$$ATC = TC : Q$$

или

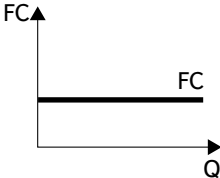
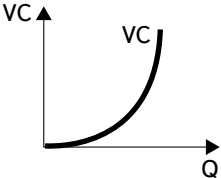
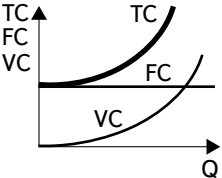
$$ATC = AFC + AVC$$



Графически ATC — это сумма графиков AFC и AVC. Кривая ATC похожа на параболу, которая по мере роста выпуска Q сначала снижается, затем возрастает. Такая форма кривой говорит о том, что при определённом значении выпуска продукции Q уровень средних общих издержек будет минимальным.

Если свести воедино данные по разным видам издержек, то получим следующую картину.

Общие издержки

Постоянные FC	Переменные VC	Общие TC
Не зависят от объёма выпуска	Растут с ростом выпуска	Растут с ростом выпуска $TC = FC + VC$
		
Аренда, страховка, охрана и др.	Материалы, транспорт, зарплата и др.	Сумма всех издержек

Средние издержки

Средние постоянные $AFC = \frac{FC}{Q}$	Средние переменные $AVC = \frac{VC}{Q}$	Средние общие $ATC = \frac{TC}{Q}$
С ростом выпуска снижаются	С ростом выпуска снижаются, затем растут	С ростом выпуска снижаются, затем растут
		

Рассмотрим, каким образом прибыль фирмы зависит от средних издержек.

Напомним, что прибыль есть разность между выручкой и издержками:

$$\Pi = R - TC$$

где R — выручка фирмы;

$$R = P \times Q$$

$$TC = ATC \times Q$$

где TC — общие издержки.

Тогда $\Pi = P \times Q - ATC \times Q$; $\Pi = Q (P - ATC)$

Таким образом, прибыль фирмы зависит от количества произведённой продукции и соотношения цены товара и средних издержек:

- если цена товара превышает средние издержки на производство этого товара, то фирма получает прибыль;
- если цена товара не покрывает издержек, то фирма несёт убытки;
- если цена товара равна средним издержкам, то прибыль фирмы равна нулю, вся выручка от продажи товара уходит на оплату затрат фирмы.

Почему бы фирме не поставить цену заведомо выше, чем средние издержки, и тем самым обеспечить себе высокую прибыль?

Здесь нам придётся вспомнить тему конкуренции. Мы говорили, что рыночной властью обладают те фирмы, которые действуют в условиях олигополии и особенно монополии. Price-maker (устанавливающий цену) — так мы называем монополиста. Но даже он не может устанавливать цену без учёта кривой спроса на свой продукт, а в условиях государственного регулирования монополист имеет ещё более ограниченную рыночную власть. Если же говорить о рынках, приближённых к условиям совершенной и монополистической конкуренции, то их возможности в установлении цены называются, как вы помните, price-taker (ценополучатель).

Поэтому реальный путь для фирмы обеспечить себе прибыль — стремиться к *снижению* издержек. Одним из главных способов их снижения является повышение производительности труда. Меры по повышению производительности труда будут рассмотрены в § 13.

Выводы

- Главная цель фирмы — прибыль. Прибыль равна выручке минус издержки производства.
- Издержки фирмы — это денежная оценка затрат всех факторов, участвующих в производстве готовой продукции.
- Реальный путь для фирмы обеспечить себе прибыль — стремиться к снижению издержек.

Основные понятия

Выручка фирмы
Прибыль фирмы
Издержки фирмы
Постоянные издержки
Переменные издержки
Краткосрочный период
Долгосрочный период
Средние издержки

Вопросы и задания

1. Как связаны между собой показатели: прибыль, выручка, издержки? Какой из этих показателей не зависит от цены товара?
2. В каком случае фирма получит прибыль?
3. Какой период считается краткосрочным, а какой — долгосрочным?
4. Какие издержки относятся к постоянным? Как постоянные издержки зависят от объёма производства?
5. Какие издержки относятся к переменным? Как переменные издержки зависят от объёма производства?
6. Используя графики, покажите, как изменяются средние издержки фирмы (AFC, AVC, ATC) с ростом объёма производства.
7. «Хозяйство вести — не сумой трясти». О каком экономическом понятии идёт речь в этой русской пословице?
8. Руководство фабрики, зная о разном уровне рентабельности цехов, сохраняет производство каждого из них. Почему? Подумайте, какие цели, кроме получения прибыли, может иметь фирма.

§ 10. Источники финансирования фирмы

Так же как живому организму требуется питание для жизни и роста, так и фирмам деньги нужны в качестве стартового капитала, для покрытия ежедневных расходов и для расширения бизнеса.

Пример. Предположим, вы с друзьями создали мини-типографию. Ваша продукция имеет качественную полиграфию, у вас много заказов, вы намерены расширять бизнес. Надо купить более мощное оборудование, расходные материалы, а в перспективе — арендовать дополнительную площадь и нанять новых сотрудников. Несмотря на то что сегодня вы имеете приличную прибыль, этой прибыли недостаточно для ваших новых планов. Нужны дополнительные источники финансирования.

Возможен и менее оптимистичный вариант.

Вам наверняка знакома ситуация, когда в город приезжают продавцы из соседних стран с дешёвым и не всегда качественным товаром. Представьте, что это небольшой городок с единственной фабрикой, производящей, например, обувь. Если местные жители станут покупать дешёвую импортную обувь, что станет с этой фабрикой? Как изменятся её выручка, зарплата рабочих, прибыль? Какие меры может предпринять руководство фабрики, чтобы выйти из этой ситуации? Фабрике придётся искать деньги для выплаты зарплаты рабочим, расчётов с поставщиками, а также для переоборудования своего производства.

1. Внутренние и внешние источники финансирования

Внутренние средства формируются в результате хозяйственной деятельности фирмы, выручка образуется от продажи товаров и услуг. Средства, остающиеся от выручки после оплаты расходов, представляют собой прибыль фирмы. Часть прибыли, которую владельцы опять вкладывают в дело, называется *накопленной* (нераспределённой) *прибылью*.

Другим источником внутренних средств является амортизационный фонд. **Амортизация** — стоимость замены изнашивающегося оборудования, машин, зданий. Эти средства включаются в состав издержек и накапливаются в специальном фонде, чтобы фирма имела возможность по истечении срока службы оборудования заменить его на новое. Величина ежегодных амортизационных отчислений постоянна.

Внешние источники финансирования необходимы любой, даже достаточно успешной фирме как в начале бизнеса, так и для расширения предприятия. В качестве **внешних** источников фирмы могут рассматриваться кредиты, продажа ценных бумаг (акций и облигаций) или привлечение дополнительного капитала инвесторов, получение бюджетных средств для поддержки важных для государства проектов или финансирования низкоприбыльных, но необходимых стране производств.

Самым распространённым видом кредита является банковский. **Банковский кредит** — это денежная сумма, предоставляемая коммерческим банком юридическому или физическому лицу на определённый срок на условиях возвратности, платности и целевого использования. Кроме банковских кредитов, возможны коммерческие кредиты. **Коммерческий кредит** — предоставление ресурсов в долг одним предприятием другому на условиях оплаты сегодняшней покупки в будущем.

Использование внешних источников финансирования делает фирму зависимой от кредиторов. Это снижает финансовую устойчивость фирмы. Считается, что фирма будет достаточно устойчива, если доля внутренних источников финансирования не ниже 70 %.

2. Виды ценных бумаг

Ценная бумага — денежный документ, удостоверяющий имущественное право или отношение по займу.

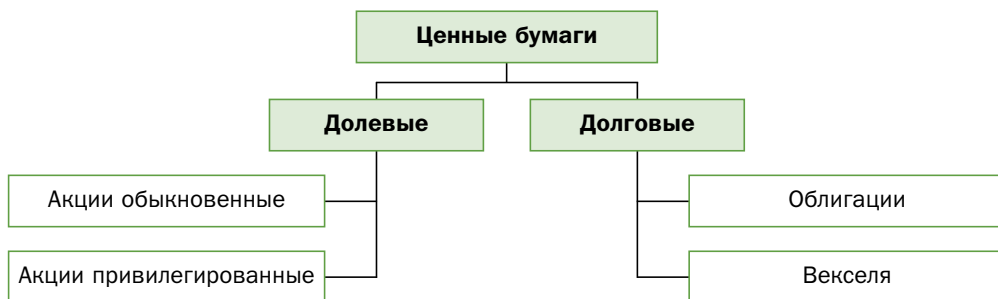
В соответствии со ст. 142 Гражданского кодекса «ценными бумагами являются акция, вексель, закладная, инвестиционный пай паевого инвестиционного фонда, коносамент, облигация, чек и иные ценные бумаги, названные в таком качестве в законе или признанные таковыми в установленном законом порядке.

Выпуск или выдача ценных бумаг подлежит государственной регистрации в случаях, установленных законом».

Различают ценные бумаги долевые и долговые.

Долевые бумаги удостоверяют, что владелец получает долю в имуществе компании. К долевым ценным бумагам относятся акции.

Долговые бумаги не дают владельцу права владения компанией, они удостоверяют отношение долга (владелец ценной бумаги дал деньги в долг фирме). К долговым ценным бумагам относятся облигации, векселя.



Акция — долевая ценная бумага, которая даёт право на долю в капитале фирмы и на получение дохода из прибыли этой фирмы в виде дивиденда.

Акция может быть обыкновенной или привилегированной. Что мы покупаем, приобретая акцию?

Приобретая **обыкновенную акцию**, владелец получает следующие права.

1. Право на управление компанией. Акционер участвует в работе высшего органа управления акционерным обществом — общего собрания акционеров. Он имеет право голоса при принятии важнейших управленческих решений по работе фирмы, причём количество его голосов равно количеству акций, которыми он владеет.

2. Право на получение части прибыли фирмы — дивиденда. Вопрос о выплате дивиденда, об определении его размера решается на общем собрании акционеров: какую часть прибыли направить на выплату дивидендов, а какую — оставить как накопленную прибыль и использовать для дальнейшего развития фирмы. По итогам голосования может оказаться, что доля прибыли, выплаченная в качестве дивидендов, будет очень мала или даже равна нулю при наличии сколь угодно большой прибыли. Такая ситуация возможна, если большинство акционеров заинтересованы в интенсивном развитии фирмы.

3. В случае банкротства фирмы — право на получение части имущества фирмы.

4. Право на получение информации о деятельности фирмы.

Приобретая **привилегированную акцию** (префакцию), владелец получает следующие права.

1. Право на получение фиксированного размера дивиденда.

2. В случае банкротства фирмы — первоочередное право на получение части имущества фирмы.

3. Право на получение информации о деятельности фирмы.

Обратите внимание, что владелец привилегированной акции не имеет права участвовать в управлении акционерным обществом: привилегированная акция является «безголосой».

Облигация — долговая ценная бумага, которая удостоверяет долг фирмы (или государства), даёт право на получение процента и возврат всей суммы долга по истечении срока. Фирма, является должником по отношению к владельцу облигации. Купив облигацию, владелец приобретает следующие права.

1. Право на безусловный возврат всей суммы по истечении срока. В отличие от акции, которая является бессрочной ценной бумагой, облигация, как правило, выпускается на определённый срок.

2. Право на получение процента. Это плата фирмы владельцу облигации за предоставленные в долг деньги.

3. В случае банкротства фирмы — первоочередное право на часть имущества (претензии владельцев облигаций будут удовлетворены прежде, чем претензии акционеров).

Если компания не сможет выполнить обязательства по отношению к своему кредитору, она признаётся судом банкротом.

Акции и облигации обладают разной степенью доходности. Облигации (особенно государственные) обеспечивают большую сохранность, чем акция, но дают меньший доход.

3. Надёжность и доходность ценных бумаг

? Что выгоднее иметь: акцию или облигацию?

На этот вопрос можно ответить, сравнивая степень надёжности и доходности ценных бумаг.

Сравним уровень доходности бумаг. По обыкновенной акции владелец может получить дивиденд, размер которого зависит от величины прибыли корпорации и от решения собрания акционеров. Это может быть, например, 20 % от номинальной стоимости акции. Но прибыли может и не быть, или при её наличии акционеры могут проголосовать за то, чтобы всю прибыль направить на развитие акционерного общества. Таким образом, доход владельца обыкновенной акции может быть и большим, и нулевым, т. е. доходность высокая, а надёжность получения дохода низкая. Это достаточно «рисковая» ценная бумага.

Владелец привилегированной акции получит фиксированный размер дивиденда, например 10 %, но не больше, чем указано в акции, даже при наличии большой прибыли у фирмы. Следовательно, доходность такой акции ниже, чем обыкновенной, но надёжность получения дохода выше.

Доходность облигации ещё ниже, чем привилегированной акции. Но гарантии получения этого дохода очень высоки. Процент по облигации не выплачивается из прибыли, как дивиденды, а включается в состав издержек фирмы, поэтому не зависит от наличия прибыли.

Таким образом, если человек хочет рисковать, по принципу «всё — или ничего», ему лучше вложить средства в покупку обыкновенных акций.

Тот, кто не хочет рисковать, а намерен надёжнее вложить свои деньги, выбирает покупку облигаций.

Между этими крайними позициями занимают место привилегированные акции.

Напомним, что в случае банкротства первоочередное право на получение части активов фирмы имеют владельцы облигаций, за ними — владельцы префакций, а владельцам обыкновенных акций, которые будут в этой очереди последними, может ничего не достаться. Это обстоятельство также повышает надёжность вложений в облигации.

Ценные бумаги продаются на фондовом рынке.

Фондовый рынок — система экономических отношений между покупателями и продавцами ценных бумаг. Специфика этого рынка в том, что товаром являются эмиссионные ценные бумаги.

Эмиссия — выпуск в обращение ценных бумаг. Эмиссия может быть частной или государственной. Частную эмиссию акций и облигаций осу-

ществляют акционерные общества. Государство, в свою очередь, эмитирует облигации государственных займов, например государственные краткосрочные облигации (ГКО). В России фондовый рынок регулируется Федеральным законом от 22 апреля 1996 г. «О рынке ценных бумаг».



Почему в России облигации частных фирм стали продаваться гораздо позже, чем акции?

Выводы

- Главным внутренним источником финансирования фирмы является накопленная прибыль, которую владельцы вкладывают в дело.
- Внешние источники финансирования необходимы любой, даже достаточно успешной фирме.
- Продажа ценных бумаг — один из важных источников финансирования. Надёжность и доходность ценных бумаг — два противоположных полюса: с ростом доходности снижается надёжность, и наоборот.

Основные понятия

Амортизация
Кредит банковский
Кредит коммерческий
Акция обыкновенная
Акция привилегированная
Облигация
Фондовый рынок

Вопросы и задания

1. Что является собственными, внутренними источниками финансирования фирмы?
2. Какие внешние источники финансирования может привлечь фирма?
3. Какое соотношение долей внутренних и внешних источников безопасно для фирмы в финансовом отношении?
4. Какие ценные бумаги дают владельцу долю в имуществе компании?
5. Как акционер участвует в управлении компанией?
6. В чём состоит привилегия привилегированной акции?
7. Какие права получает владелец облигации?
8. Почему облигация — более надёжная бумага, чем акция?
9. Как связаны надёжность и доходность ценных бумаг?

§ 11. Менеджмент

Эффективность деятельности зависит от качества управления, или менеджмента. Что же такое менеджмент — наука, искусство или опыт управления? По мнению специалистов, менеджмент — это синтез науки, искусства и опыта. Данный термин применяется в трёх значениях:

- менеджмент — это управление деятельностью людей;
- менеджмент — это область знания, помогающая осуществить управление;
- менеджмент — это профессиональное сообщество людей, выполняющих управленческую работу.

Любая деятельность, связанная с осознанным взаимодействием нескольких человек, называется организованной деятельностью и нуждается в координации действий, в управлении. Два признака характеризуют управление: совместные усилия и общая цель. Люди издавна стремились организовать свою работу лучшим образом, но как научная дисциплина управление деятельностью людей было признано только в XX в.

1. Основные принципы менеджмента

Одним из основателей научного управления был американский инженер Ф. Тейлор, который ставил задачу повышения производительности труда на базе рационализации трудовых операций и научной организации труда. Основные положения его теории следующие:

- точное выполнение стандартов;
- оптимальные методы работы на базе изучения затрат времени, движений, усилий;
- подбор, обучение и расстановка кадров на те места, где они приносят наибольшую пользу;
- оплата — по результатам труда работников;
- использование труда профессиональных менеджеров и поддержание дружеских отношений между менеджерами и работниками.

Следующий период развития управления связывается с французским инженером А. Файолем, который впервые описал и исследовал управление как особый вид деятельности. Он сформулировал 12 принципов управления, среди них:

- разделение труда, необходимое не только для повышения производительности труда, но и для улучшения качества продукта;
- право менеджера отдавать команды и обязанность нести ответственность за результаты;

- дисциплина — это чёткое и ясное взаимопонимание между менеджерами и работниками, которое базируется на уважении правил;
- подчинение индивидуальных интересов общим интересам;
- вознаграждение персонала не только по результатам труда, но и по состоянию фирмы в целом;
- порядок — каждый должен знать своё место в организации;
- инициативность и корпоративный дух и др.

На последующих этапах развития управленческой мысли были разработаны другие аспекты менеджмента, превратившие его в современную прикладную науку. Назовём некоторые из них:

- социальные аспекты управления, учитывающие формирование отношений в коллективе;
- количественные методы управления с применением математического моделирования;
- системный подход к управлению;
- организационная культура, включающая принципы поведения сотрудников в организации;
- международный характер управления, учитывающий общие и специфические закономерности управления, эффективные для отдельных стран.

Курс менеджмента изучают студенты многих вузов, поскольку в любой сфере деятельности требуются грамотные организаторы-управленцы.



2. Экономические цели предприятия

Для эффективного управления предприятием, обеспечения его устойчивого развития и конкурентоспособности менеджеру необходимо чёткое видение цели создания данного предприятия.

Цель — это желаемое состояние фирмы, отличное от настоящего. К наиболее распространённым целям фирмы можно отнести следующие: повышение прибыли, повышение доли рынка в борьбе с конкурентами, повышение мощности предприятия и объёма производимой продукции, повышение качества продукта, повышение производительности труда, рост благосостояния работников фирмы. Солідные фирмы ставят перед собой экологические, социальные, благотворительные цели.

Этика бизнеса предполагает, что предприниматель несёт определённую ответственность перед потребителем и должен обеспечить качество продукта, безопасность потребителя, соблюдение норм охраны окружающей среды.

В любой организации складывается иерархия, многоступенчатость целей, представляющих собой дерево целей. На верхнем уровне этой иерархии формулируется *миссия* создания организации — главная идея,

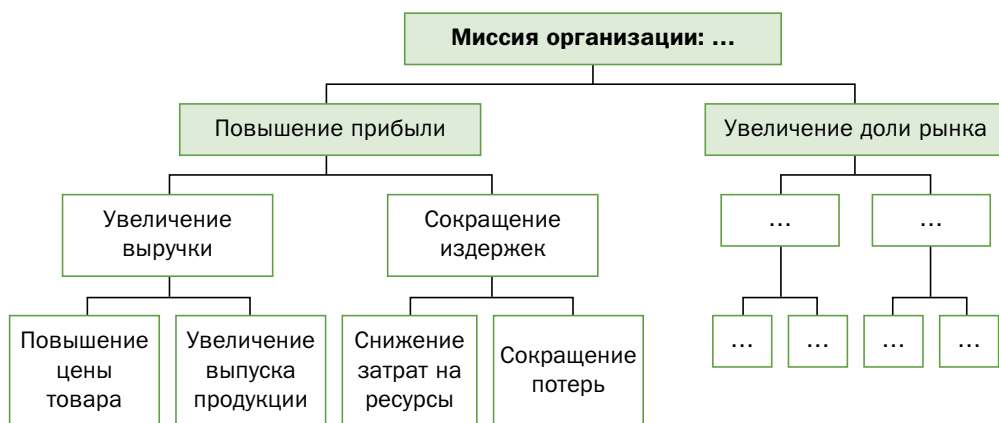
для чего она создаётся. Это тот лозунг, который можно было бы повесить на входе в данную организацию. Например, для студенческого кафе миссия может быть сформулирована так: «Быстро, вкусно и недорого!». Как правило, в качестве миссии не указывается прибыль или захват большой доли рынка. Понятно, что ресторан, на входе которого размещён плакат с надписью «Наша цель — прибыль!», не станет популярным среди посетителей.

? Как бы вы сформулировали миссию для зоомагазина? Для турфирмы?

Далее менеджер формулирует цели первого уровня, такие как повышение прибыли, увеличение доли рынка, повышение качества продукта. Цели более высокого уровня детализируются целями нижестоящего уровня.

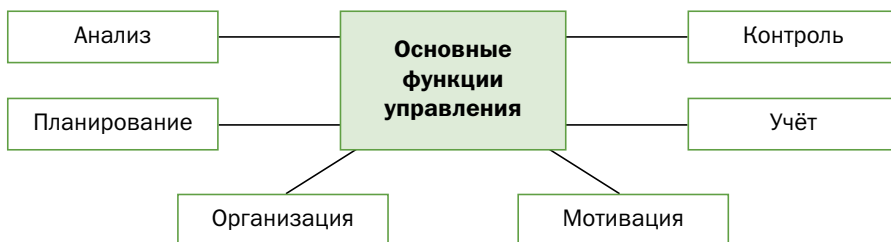
Так, цель первого уровня «повышение прибыли» может быть достигнута при условии достижения таких целей второго уровня, как «увеличение выручки» и «сокращение издержек». В свою очередь, цель «увеличение выручки» может быть достигнута при условии выполнения целей третьего уровня: «повышение цены товара», «увеличение выпуска продукции». А цель «сокращение издержек» обеспечивается, в частности, достижением целей третьего уровня, таких как «снижение затрат на ресурсы», «сокращение потерь рабочего времени», «сокращение потерь от брака» и т. д.

Чем подробнее будет выстроено дерево целей, тем успешнее будет деятельность предприятия. Дерево заполняется «сверху вниз», от целей первого уровня к целям второго и последующих уровней. На схеме показан пример построения дерева целей предприятия.



3. Функции управления

После того как сформулированы цели, необходимо определить порядок реализации функций управления. **Функции управления** — это особые виды управленческой деятельности, необходимые для успешной работы любой организации. Основными функциями управления являются анализ, планирование, организация, мотивация, учёт, контроль.



Анализ позволяет оценить ситуацию и возможности фирмы, выявить ресурсы, которые понадобятся для реализации идеи, сделать выводы, являются ли затраты ресурсов приемлемыми.

Планирование определяет, что, когда и как следует производить конкретным исполнителям.

Организация — это создание производственной и социальной структуры предприятия. Организация определяет, из каких подразделений состоит предприятие, как они взаимодействуют, кто кому подчинён, где и как производится продукция.

Мотивация — это целенаправленное воздействие на работника, создание заинтересованности персонала в достижении целей фирмы. Побудительными мотивами для хорошей работы могут быть деньги, условия труда, признание, интересная работа, свобода действий, перспектива продвижения по службе.

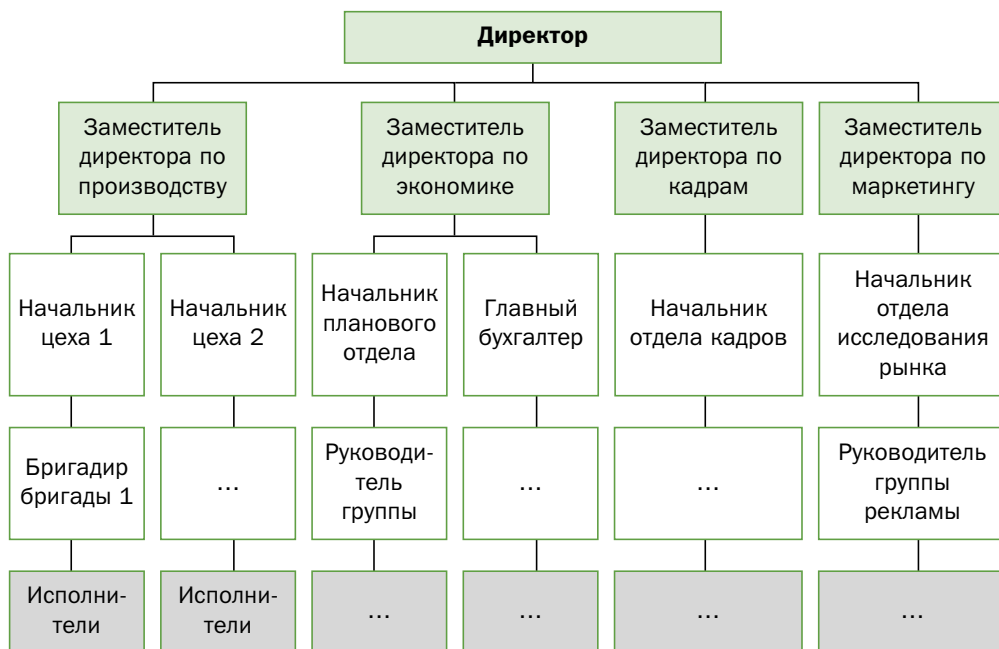
Учёт — процесс получения объективной информации о предприятии путём сбора фактических значений параметров и их обработки.

Контроль — это система наблюдения за деятельностью фирмы, сопоставление результатов с целями. Контролировать необходимо количество, качество продукта, расходование денежных и материальных ресурсов, соблюдение законов, норм охраны труда, экологических требований.

Как и цели предприятия, детализированные в дереве целей, функции управления могут быть детализированы по разным уровням и направлениям деятельности фирмы в виде иерархической структуры — дерева функций. Ветви дерева функций отражают поставленные задачи и конкретные работы и операции, которые позволяют решить данную задачу.

4. Организационная структура управления предприятием

На вопрос «Кто будет выполнять данные функции управления?» отвечает организационная структура управления фирмой (оргструктура). Во главе фирмы стоит директор. В его подчинении, на втором уровне оргструктуры, находятся заместители директора по основным направлениям деятельности: по производству (если фирма имеет собственное производство), по экономическим вопросам, по работе с кадрами, по продвижению товара на рынке, по поставкам материалов и оборудования и т. д. В свою очередь, заместители директора имеют штат подчинённых, обеспечивающих выполнение функций данного направления. На схеме показана примерная оргструктура управления фирмой.



Структура управления разрабатывается специально для конкретного предприятия. Чем больше масштаб деятельности фирмы, тем сложнее структура управления.



Что более выгодно фирме: когда оргструктура включает много звеньев или когда она предельно краткая?

Каждый элемент структуры управления — это должность определённого сотрудника, который получает заработную плату. С точки зрения фир-

мы зарплата представляет собой издержки, поэтому фирма должна стремиться минимизировать эти издержки, как и любые виды издержек. Таким образом, количество управленческих должностей должно быть как можно меньше. В то же время если какие-то функции будут упущены или выполнены не в полной мере, то фирма может не только понести серьёзные убытки, но и обанкротиться. Поэтому речь идёт об *оптимизации* аппарата управления: максимальная отдача при минимальных издержках. Разработка оптимальной оргструктуры фирмы — одна из задач менеджера.

В соответствии с оргструктурой составляется *штатное расписание*, в котором указывается, какую заработную плату получает исполнитель на каждой должности.

Выводы

- Термин «менеджмент» обозначает: управление деятельностью людей; область знания, помогающую осуществить управление; профессиональное сообщество людей, выполняющих управленческую работу.
- Основные функции управления: анализ, планирование, организация, мотивация, учёт, контроль.

Основные понятия

Менеджмент
Экономические цели предприятия
Миссия организации
Функции управления
Организационная структура управления

Вопросы и задания

1. Постройте дерево целей для малого предприятия, например для фирмы, организующей дискотеки на школьных вечерах.
2. Постройте оргструктуру управления для такой фирмы. Сколько сотрудников понадобится для выполнения всех функций?

§ 12. Маркетинг

1. Основные элементы маркетинга

Маркетинг — это вид экономической деятельности, состоящей в продвижении товаров и услуг от производителя к потребителю. Маркетинг включает рекламу, куплю, продажу, транспортировку, складирование товара, а также

исследование рынка, продвижение товара на рынке, обслуживание потребителя и др. Девизом маркетинга может стать правило «производить только то, что требует рынок, покупатель». В основе маркетинга лежит идея человеческих потребностей.

Чтобы добиться наибольшей эффективности маркетинговой стратегии, нужно знать принципы её формирования, основывающиеся на концепции «Четыре П».

1. **Продукт** — это товар или услуга, которую можно предложить для рынка и которая будет удовлетворять потребности потребителей. Какой продукт необходим покупателю? Чтобы ответить на этот вопрос, маркетологи проводят исследование рынка. Это могут быть опросы по телефону, на улице, в магазине, анкетирование. Полученные результаты обрабатывают с применением статистических методов.

2. **Продажная цена продукта** — это цена, по которой реализуется товар с наценкой. Какую цену должен иметь продукт? С одной стороны, чтобы получить прибыль, следует установить такую цену, которая покрывает постоянные и переменные издержки. Но, с другой стороны, завышать цену в условиях конкуренции может оказаться невыгодно.

3. **Продвижение товара на рынке** — совокупность различных мер, действий, предпринимаемых продавцами товара в целях повышения спроса и увеличения сбыта. Это связующее звено между производителем и потребителем. Чтобы обеспечить высокий спрос на свою продукцию, производитель использует все виды *рекламы* через средства массовой информации.

4. **Позиция товара на рынке.** Это место, которое товар занимает в сознании потребителя по сравнению с аналогичными товарами конкурентов.

2. Реклама: достоинства и недостатки

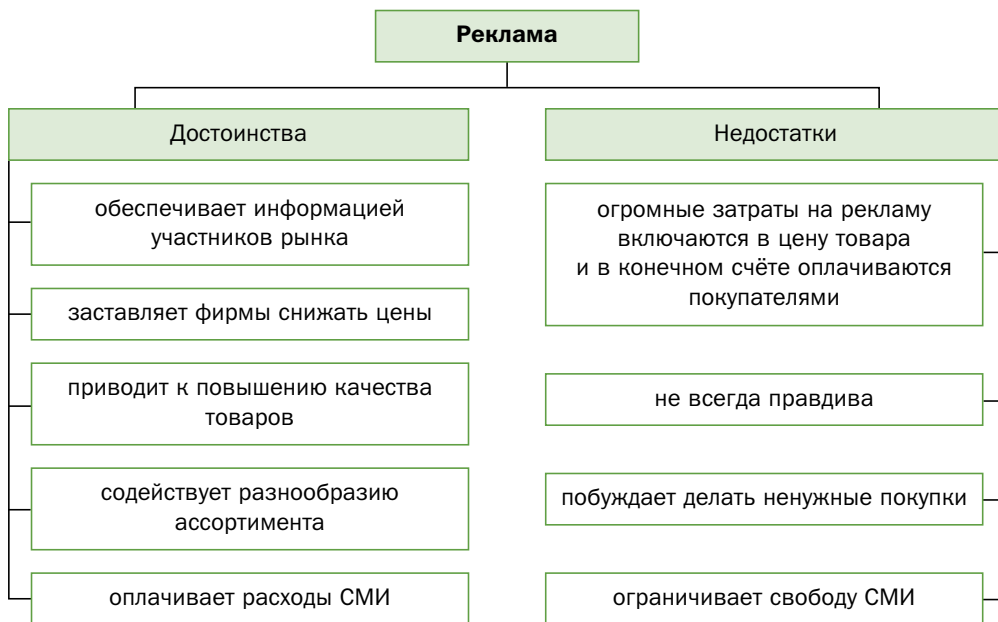
«Хороший товар в рекламе не нуждается, его и так купят. А если товар рекламируют, значит, с ним что-то не так...» Такое мнение нередко можно услышать среди граждан. Верно ли это? Нужна ли нам реклама на самом деле?

Реклама — это важный элемент маркетинга, она призвана стимулировать и/или поддерживать интерес к тому или иному товару (услуге). Она направлена на покупателей, и её цель — повлиять на их выбор, содействовать тому, чтобы покупатель принял решение о покупке данного товара, т. е. повысить покупательский спрос на товары и услуги.

Информация о новинках, их качестве, цене, разработчиках, помимо того, что помогает нам ориентироваться на рынке товаров и услуг, обостряет конкуренцию между производителями.

 Почему обострение конкуренции выгодно покупателям?

Современное общество не может обойтись без рекламы, ведь рекламировать можно очень многое: концерт, книгу, фирму, местность, образ жизни и др. Специалисты в области рекламы должны владеть основами психологии, социологии, статистики, логики и ряда других наук. Реклама имеет как достоинства, так и недостатки.



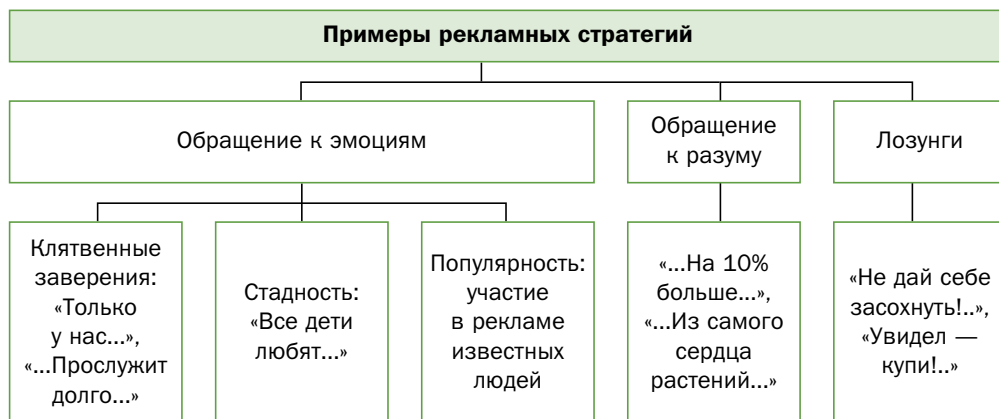
3. Виды рекламных стратегий

В разработке рекламы принимают участие специалисты разных областей: художники, психологи, литераторы, экономисты, веб-дизайнеры и др. За многие годы существования рекламы сформировался богатый опыт манипулирования поведением покупателя. Разработаны и доведены до совершенства рекламные стратегии, которые содействуют повышению спроса на товары и услуги. Рекламная стратегия — это направление, в котором будет двигаться предприятие, создавая рекламный продукт. Рассмотрим некоторые из них.

Наиболее эффективно действует реклама, в которой объединены сразу несколько различных видов стратегий.



Вспомните любую рекламу на телевидении и определите виды рекламных стратегий, которые в ней применялись.



Способы размещения рекламы очень разнообразны:

- на телевидении;
- на радио;
- в газетах и журналах;
- в сети Интернет;
- на транспорте;
- на щитах и баннерах;
- на одежде;
- на продуктах питания;
- специальные презентации;
- театрализованные шоу;
- ярмарки;
- слухи.

Любая реклама должна строиться по определённым принципам: никакая реклама не должна оскорблять чувства потребителя (зрителя, читателя) и вводить его в заблуждение.



Вспомните рекламу, которая вам понравилась и убедила сделать покупку. Какой вид рекламной стратегии был в ней реализован?

Выводы

- Маркетинг включает в себя рекламу, куплю и продажу товара, транспортировку и складирование, исследование рынка, продвижение товара на рынке, обслуживание потребителя и др.
- Цель рекламы — повышение покупательского спроса на товары и услуги. Для этой цели разработаны современные рекламные стратегии.

Основные понятия

Маркетинг
Продукт
Продажная цена
Продвижение товара
Позиция товара
Рекламная стратегия

Вопросы и задания

1. Предложите позицию для следующих товаров: 1) мороженое; 2) детские игрушки; 3) спортивные принадлежности.
2. Разработайте рекламу для выбранного вами товара. Способ размещения и виды рекламных стратегий определите самостоятельно.
3. Обратитесь к интернет-ресурсам и поинтересуйтесь, сколько сегодня стоит самая дорогая в мире реклама. О чём говорит столь высокая цена рекламы?
4. Из дополнительных источников выясните, какие ещё существуют виды современной рекламы. Какие из них есть в вашем крае (поселке, городе и т. д.)? Какие из них, на ваш взгляд, наиболее эффективны? Есть ли среди них те, что не работают? Дайте этому свое объяснение.

§ 13. Рынок труда

1. Особенности рынка труда

В предыдущих темах мы имели дело с рынком товаров и услуг. На этом рынке спрос на товары со стороны граждан и государства встречается с предложением со стороны бизнеса. По-иному строятся отношения на рынке труда.

На рынке труда покупатели и продавцы меняются местами: покупателями становятся фирмы, они предъявляют спрос на услуги труда, а работники, продавая эти услуги, формируют предложение труда. Обратите внимание, что на рынке труда продаётся не труд, а только услуги труда. Труд остаётся собственностью работника. Приобретение фирмой услуг труда означает наём человека на работу на определённый срок.

Рынок труда, как и любой другой рынок, характеризуется спросом, предложением, равновесной ценой. **Рынок труда** — сфера устойчивого обмена услуг труда на заработную плату между продавцами и покупателями.

Спрос на труд — объём услуг труда, который фирмы готовы приобрести при существующих ценах на труд. Спрос на труд имеет производный характер: спрос на труд зависит от спроса на товар, который производит данный работник. Так, если растёт спрос на жильё, то растёт и спрос на труд строителей. Если снижается спрос на отечественные автомобили, то, соответственно, снижается спрос на труд работников этой отрасли.

Предложение труда — объём услуг труда, который работники готовы предложить при существующих ценах на труд. Предложение труда зависит от количества трудовых ресурсов, которое, в свою очередь, связано с динамикой рождаемости населения, смертности, миграционных процессов. Уровень зарплаты также влияет на величину предложения труда. Чем выше уровень зарплаты за определённую работу, тем больше количество людей, желающих её выполнять.

Ценой услуг труда является *ставка заработной платы*, т. е. заработная плата работника за 1 час отработанного времени. Размер заработной платы человека зависит от соотношения спроса фирм на рабочую силу и её предложения и ещё от многих факторов, о которых пойдёт речь в следующем разделе.

Равновесие на рынке труда наступает, когда величина спроса на труд равна величине предложения труда.

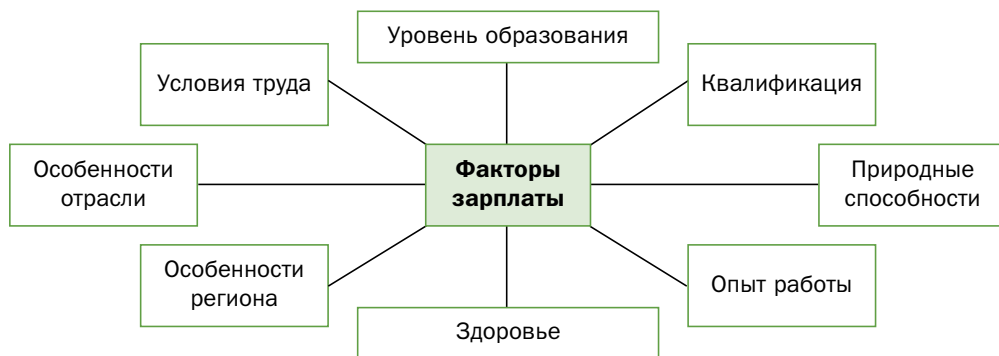
2. Заработная плата

Представьте себя в роли владельца фирмы. К вам приходит наниматься на работу специалист, и вы должны решить: подходит вам этот человек или нет. Вы будете задавать ему какие-то вопросы, предложите заполнить анкету, попытаетесь связаться с предыдущим начальником и т. д. Что именно вы будете выяснять? Что существенно при приёме человека на работу? Почему одним дают минимальную ставку оплаты труда, а другим сразу предлагают высокую? Очевидно, люди обладают разными качествами, как профессиональными, так и личными. Конечно, многое зависит и от того, чем именно предстоит заниматься работнику. Важны ли для фирмы его внешность, одежда, манера поведения или достаточно того, что у него большой опыт работы в данной сфере? Как насчёт чувства юмора или хобби? Важен ли диплом с отличием? А умение ладить с людьми?

Прежде всего уровень заработной платы работника связан с его личными качествами, так называемым *человеческим потенциалом*. Ценность работника определяется его природными способностями, уровнем его образования, квалификацией, опытом работы, здоровьем, духовным богатством.

Но не только от личных качеств зависит заработная плата. Есть ещё ряд факторов, определяющих уровень зарплаты: особенности региона, специфика отрасли, условия труда и др.

Факторы, влияющие на заработную плату, представим в виде схемы.



Следует различать номинальную и реальную зарплату. Судить о размере заработка можно только по уровню реальной заработной платы, которая учитывает уровень инфляции в стране.

Номинальная заработная плата — это деньги, получаемые за труд в течение определённого периода времени.

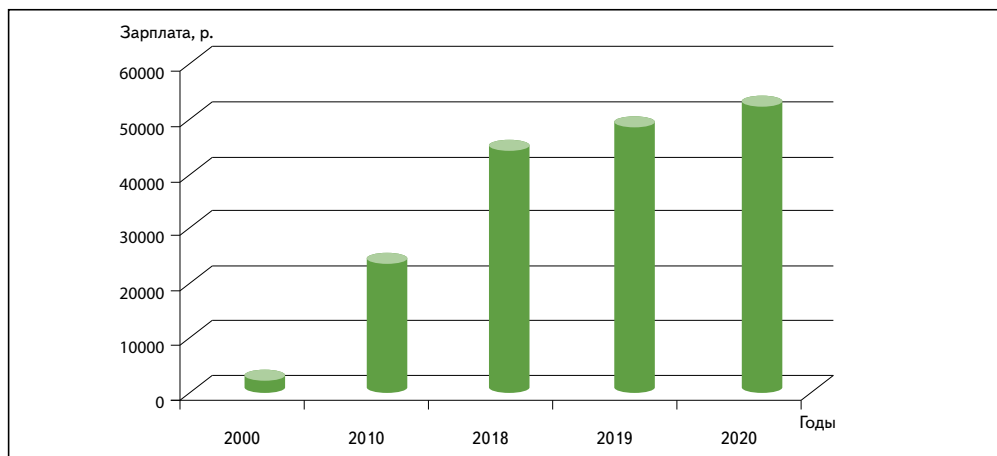
Реальная заработная плата показывает, какое количество товаров и услуг можно приобрести на номинальную заработную плату. Реальная зарплата равна номинальной зарплате, делённой на индекс цен:

$$\text{Реальная зарплата} = \text{Номинальная зарплата} : \text{Индекс цен}$$

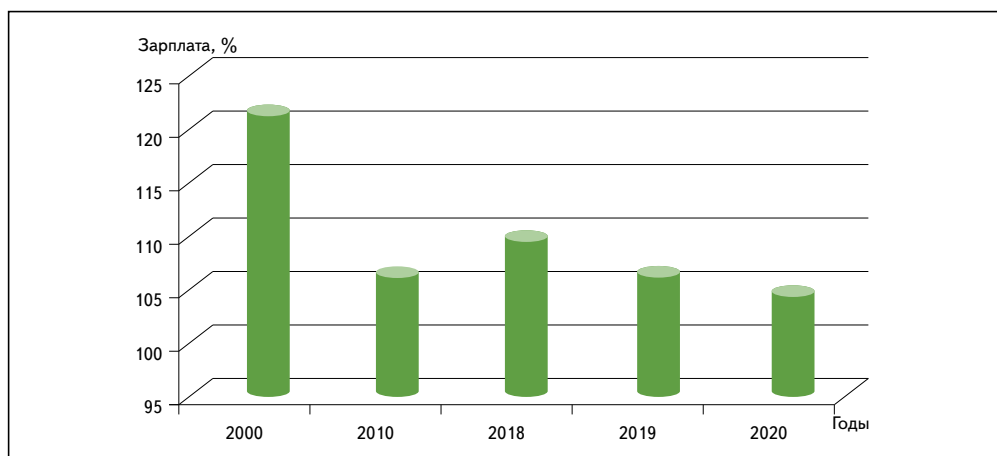
Если в стране высокая инфляция, то номинальная заработная плата значительно отличается от реальной заработной платы. Покупательная способность денег падает, и даже при высокой номинальной зарплате доступным становится всё меньшее количество благ. При снижении цен (дефляции) покупательная способность денег возрастает: при той же номинальной зарплате нам становится доступно большее количество товаров и услуг. Реальная зарплата возрастает. В то же время возможны ситуации, когда и при наличии инфляции реальная заработная плата растёт. Это происходит в случаях, когда темпы роста номинальной заработной платы превышают темпы роста цен.

Среднемесячная начисленная номинальная зарплата в России

Годы	2000	2010	2018	2019	2020
Номинальная зарплата, р.	2223,4	20 952	43 472	47 467	51 352

Динамика номинальной зарплаты в России**Динамика реальной зарплаты в России**

Годы	2000	2010	2018	2019	2020
Реальная зарплата в % к предыдущему году, %	121	105	109	105	104

Динамика реальной зарплаты в России

? Сравните динамику номинальной и реальной зарплаты в России (с. 93). В какие периоды рост цен опережал рост номинальной зарплаты?

Различают две основные формы заработной платы: сдельную и повременную. При *сдельной* форме размер зарплаты зависит от количества произведённой продукции или оказанных услуг. При *повременной* форме зарплата зависит от фактически отработанного времени и квалификации работника.

В странах со смешанной экономикой государство регулирует заработную плату, занятость, продолжительность рабочего времени и отпусков, условия труда. В России, согласно новой редакции Конституции РФ (2020), государством гарантируется минимальный размер оплаты труда не менее величины прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по России. Основным документом, регламентирующим конкретные вопросы трудовых отношений, является Трудовой кодекс РФ (ТК РФ).

? Может ли государство регулировать трудовые отношения в коммерческих фирмах?

Рабочие отдельных отраслей объединяются в профессиональные союзы. **Профсоюзы** — организации, представляющие интересы работников при проведении переговоров относительно заработной платы, дополнительных льгот и условий работы. Задачами профсоюзов являются улучшение условий труда, обеспечение безопасности труда и повышение заработной платы.

? Что произойдёт на рынке труда, если профсоюзы добьются повышения заработной платы выше уровня равновесной ставки зарплаты?

3. Производительность труда

Производительность труда — это выпуск продукта в расчёте на единицу труда. Другими словами, производительность труда показывает, сколько единиц продукции может произвести один рабочий за 1 час:

$$ПТ = \text{Количество продукции} : (\text{Человек} \times \text{Часы})$$

Пример. Фирма производит сборку велосипедов, и в месяц количество продукции (Q) составляет 640 велосипедов; в этой фирме работают 20 рабочих по 160 рабочих часов в месяц. Производительность труда в этой фирме равна:

$$ПТ = 640 \text{ велосипедов} : (20 \text{ чел.} \times 160 \text{ ч}) = 0,2 \text{ (вел. : (чел.} \times \text{час))}.$$

Если фирма производит несколько видов товаров, то производительность труда оценивается стоимостью всей продукции, произведённой

в среднем одним рабочим в час. Другими словами, следует оценить, какую сумму составляет выработка одного рабочего в час:

$$ПТ = (P_1Q_1 + P_2Q_2 + \dots) : (\text{чел.} \times \text{ч}).$$

Например, фирма производит сборку велосипедов и роликовых коньков. Мы не можем складывать велосипеды с роликами, но можем сложить стоимость этих товаров. Если фирма продаёт в месяц 400 велосипедов по цене 8000 р. и 800 пар роликов по цене 4000 р. и в этой фирме работают 40 рабочих по 160 часов в месяц, то производительность труда равна:

$$ПТ = (8000 \times 400 + 4000 \times 800) : (40 \times 160) = 1000 \text{ (р./(\text{чел.} \times \text{ч}))}.$$

Если фирма сможет увеличить производительность труда, то возрастёт её выручка, а следовательно, и прибыль. Что можно предпринять, чтобы повысить выработку одного рабочего?

Пример. Представьте, что вы украшаете свой класс новогодними гирляндами собственного производства. Для этого образована команда, в которой каждый делает свою гирлянду от начала до конца. Но время старшеклассника дорого. Что можно сделать для ускорения этой работы? Вероятно, вы постепенно придёте к тому, чтобы один работал ножницами, другой клеил и т. д. Тогда вы заметите, что в результате разделения труда не только возросла скорость выполнения операций, но и качество гирлянд стало выше. Можно делать однотипные гирлянды, т. е. пойти по пути специализации. Кроме того, можно использовать более качественные материалы, ножницы, клей; можно включить приятную функциональную музыку, можно даже изменить состав команды, включив в неё только друзей... Повышение производительности труда — главный вопрос любого предпринимателя. «В конечном счёте вся экономия сводится к экономии времени» (К. Маркс).

За многовековую историю товарного производства была разработана целая система мер по повышению производительности труда, и эта система продолжает развиваться. Факторы роста производительности труда могут быть объединены в три группы: научно-технические; организационно-экономические; социально-психологические.

Научно-технические факторы. Механизация, автоматизация, внедрение роботов, модернизация и компьютеризация производства — основные методы технического перевооружения. Внедрение новейшего оборудования — необходимое условие повышения производительности и качества продукта.

Высококачественные материалы позволяют уменьшить брак, переделки и возврат товара. Это не только снижает издержки производства, но и повышает репутацию фирмы.

Внедрение новых продуктов и новых производственных технологий, полученных в результате научно-исследовательских работ, может повысить производительность труда и позволить фирме повысить заработную плату сотрудникам, дивиденды акционерам, расширить производство, со-

храня или даже снижая при этом уровень цен. Использование патентов на изобретения, рационализаторские предложения — непременное условие конкурентоспособности фирмы.

Организационно-экономические факторы. Современные конвейеры, мощные сборочные линии отличаются высокой точностью расчётов каждой операции. Производство с использованием новейших технологий является самым продуктивным фактором повышения производительности. И наоборот, устаревшая стратегия организации производства может быть причиной недостаточно высокого уровня производительности труда.

В основе научной организации труда лежит специализация и разделение труда. *Специализация* — это использование ресурсов для производства определённых товаров. *Разделение труда* — это разделение процесса производства на ряд отдельных этапов, выполняемых разными производителями.

Создание благоприятных условий труда — также один из важных и общепризнанных способов повышения производительности.

Умелые действия менеджера могут не только спасти фирму, находящуюся на грани банкротства, но и вывести её в число лидеров отрасли. Без высокого профессионализма менеджеров самое современное оборудование и новейшие материалы будут бесполезными.

Чёткие стандарты качества продукции позволяют предупредить ошибки производства, а не искать их в готовой продукции. Когда рабочие вовлечены в процесс контроля за качеством продукции, сами делают контрольные измерения, они больше заинтересованы в повышении качества своего труда.

Социально-психологические факторы. Для достижения высоких стандартов качества продукции требуется хорошее образование и профессиональная подготовка молодёжи, регулярное повышение квалификации и переподготовка работников со стажем.

Создание атмосферы творчества, материальное и моральное стимулирование изобретателей и рационализаторов производства из числа инженерно-технических работников и рабочих — один из самых современных способов повышения производительности труда.

Важным фактором является социально-психологический климат. Фирма может быть успешной при условии, что установлены отношения партнёрства между сотрудниками, руководителями и служащими. Конфликты могут быть серьёзной причиной снижения производительности.

Обратите внимание, что проблемами повышения производительности труда занимаются люди самых разных профессий: инженеры, учёные, экономисты, менеджеры, социологи, психологи. От того, насколько подробно будут изучены факторы повышения производительности труда, насколько комплексно будут внедрены разработанные меры, зависит конкурентоспособность и в конечном счёте процветание не только каждой фирмы, но и общества в целом.

Факторы роста производительности труда		
Научно-технические	Организационно-экономические	Социально-психологические
Механизация, автоматизация, компьютеризация	Организация производства	Квалификация кадров
Модернизация производства	Организация труда	Инициатива
Новые материалы	Управление производством	Творчество
Внедрение научных разработок	Стандартизация, контроль качества	Социально-психологический климат

Выводы

- Рынок труда — сфера устойчивого обмена услуг труда на заработную плату между продавцами и покупателями.
- Уровень заработной платы работника связан с человеческим потенциалом, а также с особенностями региона, спецификой отрасли, условиями труда и др.
- Чтобы иметь прибыль, фирма должна повышать производительность труда.
- Факторы роста производительности труда: научно-технические, организационно-экономические, социально-психологические.

Основные понятия

Рынок труда
 Спрос на труд
 Предложение труда
 Заработная плата
 Номинальная и реальная заработная плата
 Повременная и сдельная заработная плата
 Производительность труда
 Специализация
 Разделение труда
 Профсоюз

Вопросы и задания

1. Что продаётся на рынке труда? Кто является продавцом, а кто — покупателем?
2. Какая оплата труда — сдельная или повременная — учитывает количество произведённой продукции?
3. Что включается в понятие «человеческий потенциал»? Как вы оцениваете свой собственный человеческий потенциал?
4. Какая заработная плата — номинальная или реальная — не зависит от уровня цен?
5. Как определяется производительность труда?
6. Какие причины могут понизить производительность труда?

§ 14. Финансы семьи

1. Зачем нужно составлять семейный бюджет

Чтобы учесть все доходы и расходы, многие люди составляют личный бюджет. Процесс составления бюджета обычно включает три фазы: постановку финансовых целей, оценку доходов и планирование расходов. Хотя большую часть доходов вы, вероятно, используете на свои повседневные нужды, крупные покупки требуется планировать заранее. Для достижения этих целей придётся делать сбережения. Возможно, сопоставляя ожидаемые доходы и расходы, вам придётся исключить из планов некоторые траты. В этом случае вы столкнётесь с альтернативной стоимостью.

? Что именно будет альтернативной стоимостью в этом случае?

Семейный бюджет — это финансовый план семьи, сопоставляющий доходы и расходы семьи за определённый период времени (месяц, год).

Зачем надо составлять бюджет? Бюджет составляют, когда необходимо накопить средства для крупных покупок, когда требуется проанализировать доходы и расходы семьи. При составлении бюджета можно выявить дополнительные резервы, наиболее разумно спланировать будущие расходы.

Бюджет сбалансирован, когда доходы семьи равны её расходам. Если семья тратит больше, чем сумма её доходов, то бюджет этой семьи дефицитный, а если расходы семьи меньше, чем доходы, то бюджет избыточный (профицитный).

Чтобы сбалансировать дефицитный бюджет, можно попытаться увеличить доходы, заняться поиском дополнительных источников доходов, сократить расходы, изменить структуру расходов семьи.



«Только тот живёт в своё удовольствие, кто живёт по средствам». Можно ли эти слова О. де Бальзака трактовать так, что сбалансированный бюджет возможен не только в семье с высоким доходом?



2. Доходы семьи

Источниками **доходов** семьи могут быть: заработная плата и премии, доходы от предпринимательской деятельности, доходы от собственности и от сбережений, трансферты, наследство, подарки, выигрыши и т. п. Виды доходов можно объединить в три группы.

- *Трудовой доход* — доход членов семьи, работающих по найму или занимающихся предпринимательской деятельностью: это заработная плата, премии и предпринимательский доход.

- *Имущественный доход* — доходы от владения собственностью: проценты по вкладам и по облигациям, дивиденды по акциям, платежи за сдачу внаём помещений, авторский гонорар и др.

- *Трансферты* — доходы, за которые члены семьи ничего не должны давать взамен. Трансферты могут быть в денежной или натуральной форме (в виде товаров и услуг). Они могут предоставляться государством или негосударственными организациями, а также частными лицами. Это пенсии, пособия, благотворительная помощь, подарки.

Во всех странах главным источником доходов является заработная плата граждан, работающих на государственных или частных предприятиях. В России на долю заработной платы приходится более половины всех доходов.

Богатством называют стоимость всех вещей, которыми владеет человек. Это сумма стоимости всего имущества, счёта в банке, денежных сбережений и т. д. Богатство может приносить доход своему владельцу.



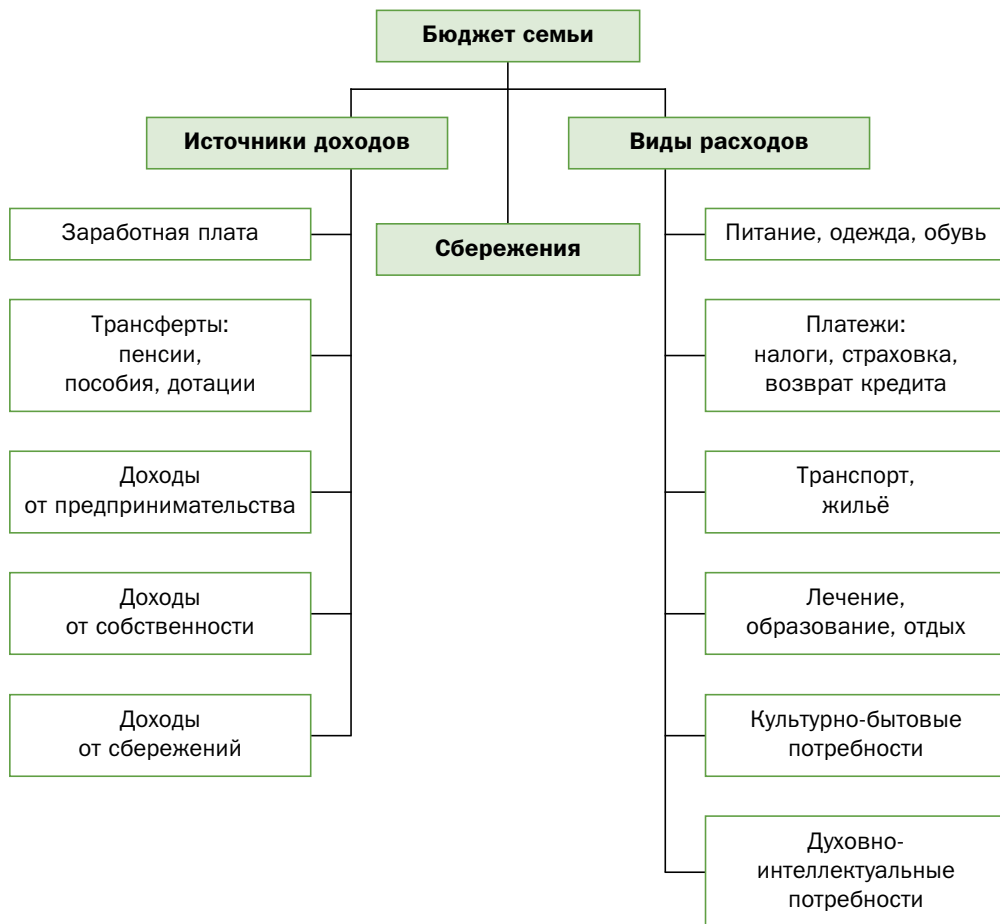
Приведите пример, когда богатство приносит доход его владельцу.



3. Расходы семьи

Семьи тратят свои доходы на приобретение товаров и услуг, выплату налогов, платежи, лечение, образование, отдых, удовлетворение культурно-бытовых и интеллектуально-духовных потребностей. Часть доходов откладывают как сбережения. Решение сберегать деньги мы принимаем с учётом таких факторов, как имеющееся богатство, наши виды на будущее и действующая процентная ставка по банковским вкладам.

Структура расходов семьи зависит от ряда факторов: размера доходов, состава членов семьи, вкусов, предпочтений, культурного уровня членов семьи, ожидаемой экономической ситуации в стране.



Выделите в расходах семьи условно-постоянные статьи расходов, которые необходимо выполнять ежемесячно.

Список товаров, необходимых для потребления, — так называемая потребительская корзина — существенно различается в разных странах и даже в отдельных регионах страны. **Потребительская корзина** — минимальный набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности. Состав потребительской корзины устанавливается законом и пересматривается не реже одного раза в пять лет. В России эта корзина включает:

- продовольственные товары: хлеб и крупы, картофель и бахчевые, фрукты, сахар и кондитерские изделия, мясо, рыба, молоко, яйца, масло и др.;

- непродовольственные товары: одежда (пальто, костюмы, платья, бельё, обувь), культурно-бытовые и хозяйственные товары, предметы санитарии и лекарства и др.;

- услуги: оплата жилья, отопления, водоснабжения, газоснабжения, электроснабжения; транспортные расходы и др.

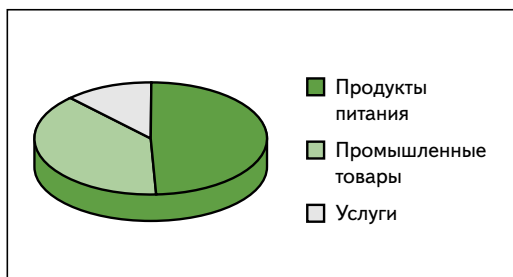
В соответствии с размером и структурой потребительской корзины устанавливается так называемый **прожиточный минимум** — минимальный уровень дохода, который необходим для оплаты потребительской корзины.

Об уровне благосостояния населения можно судить по доле расходов на питание: чем меньше доля расходов на питание по отношению к общей сумме расходов, тем выше уровень благосостояния граждан данной страны. Эту зависимость устанавливает закон Энгеля.

Закон Энгеля. С ростом дохода семьи структура расходов меняется: доля расходов на питание снижается, доля расходов на удовлетворение культурных потребностей увеличивается.

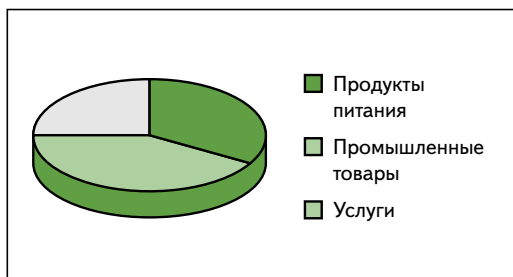
Структура расходов населения России, 2000 г.

Состав потребительской корзины	Процент
Продукты питания	47,6
Промышленные товары	34,3
Услуги	13,8



Структура расходов населения России, 2020 г.

Состав потребительской корзины	Процент
Продукты питания	33,2
Промышленные товары	37,2
Услуги	25,7



? Сравните структуру расходов населения в России и населения в странах с развитой рыночной экономикой. Сделайте выводы.

4. Потребительский кредит

Предположим, молодая семья планирует купить мебель, бытовую технику, электронику. В данный момент семья не имеет достаточно средств, чтобы сразу купить всё, что запланировано. Как быть? Первый вариант: накопить деньги, чтобы через несколько лет купить всё необходимое. Второй вариант: взять кредит, купить всё сразу и потом в течение нескольких лет выплачивать долг по кредиту. Оба варианта имеют как преимущества, так и недостатки.

С одной стороны, кредит позволит сразу купить всё, что нужно. Но за кредит надо платить, причём потребительский кредит имеет высокую ставку процента, порядка 20 % годовых от суммы кредита. Таким образом, если семья возьмёт кредит на 5 лет, то с учётом процентов она должна будет выплатить почти вдвое больше, чем взяла в качестве займа.

С другой стороны, самостоятельно накопить деньги не так-то просто: инфляция будет постоянно обесценивать накопления, в то время как цены на товары будут ежегодно расти. Да и молодой семье отказывать себе в самом необходимом не хочется.

Итак, семья решает взять потребительский кредит. Это самый распространённый вид займа. **Потребительский целевой кредит** выдаётся под покупку конкретного товара или услуги. Такой кредит можно оформить за несколько минут, а из документов потребуются только паспорт (поэтому банки берут высокий процент). Насколько это опасно — взять обязательство выплачивать проценты по кредиту? По мнению финансистов, это неопасно в том случае, если ежемесячные платежи не превысят четверти ваших регулярных доходов, и крайне опасно, если платежи будут «съедать» половину доходов. Поэтому прежде, чем взять потребительский кредит, надо очень хорошо подумать: достаточно ли останется денег после уплаты процентов по кредиту для удовлетворения основных нужд?

Кроме потребительского кредита, есть ещё несколько *видов кредита*:

- автокредит — кредит на покупку машины;
- ипотечный кредит — кредит на покупку недвижимости;
- образовательный кредит — на оплату обучения в колледже или вузе;
- кредит на развитие бизнеса, получить который может не только фирма, но и индивидуальный предприниматель, и др.

Как и в случае потребительского кредита, при выборе любого вида кредита необходимо помнить о том, что платежи по кредиту безопасны, если *не превышают четверти* ваших регулярных доходов.

5. Неравномерность распределения доходов

Чтобы эффективно бороться с резким расслоением общества, надо иметь возможность объективно оценить это явление. Степень неравенства в распределении доходов различных групп населения страны отражает модель американского экономиста М. Лоренца. **Кривая Лоренца** («лук Лоренца») иллюстрирует, насколько велико расслоение доходов в обществе. Для построения кривой Лоренца нужны данные о доходах населения.

Пример. Всё население можно разделить на четыре группы (по уровню дохода). В первую группу входят беднейшие граждане, в четвёртую — богатые. Промежуточное положение занимают граждане, относящиеся ко второй и третьей группам.

Группа населения	Доля группы в численности населения страны, %	Доля доходов группы в суммарном доходе населения страны, %
Первая	25	5
Вторая	25	15
Третья	25	25
Четвёртая	25	55
Итого	100	100

По этим данным строим график (с. 104), на осях которого по вертикали — доход каждой группы населения, по горизонтали — доля группы в численности населения страны (в процентах).

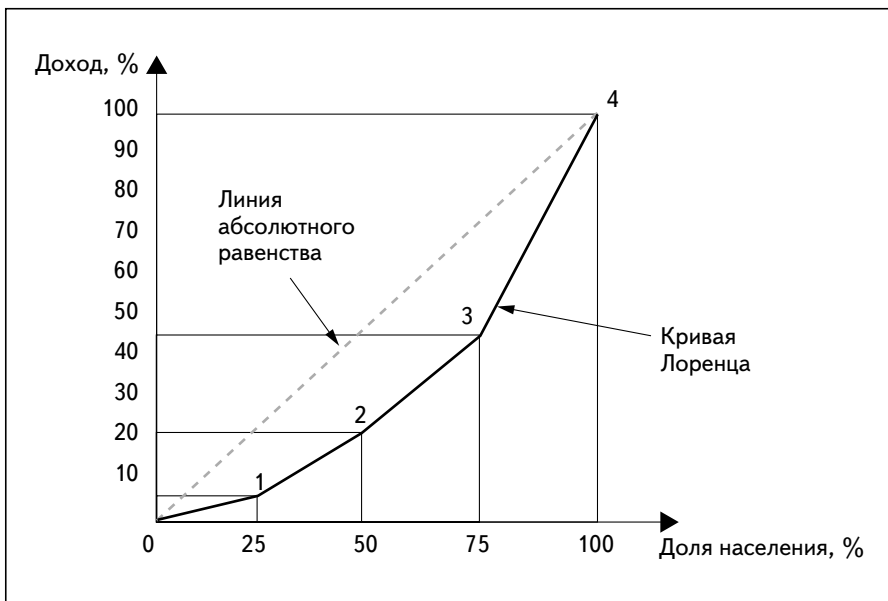
Первая группа, беднейшие: по численности населения на них приходится 25 % (по горизонтали); доля их дохода в суммарном доходе населения страны — 5 % (по вертикали). На графике получаем точку 1.

Поскольку численность каждой группы одинаковая (по 25 % от общего населения страны), то следующая точка по горизонтали должна быть 50 %. Обратите внимание: для этой точки уровень дохода равен не 15 % (доход второй группы), а сумме доходов первой и второй групп — 20 %, поскольку в точке 2 показана численность двух групп вместе (50 %).

Аналогично, для 75 % населения (по горизонтали) доход равен не 25 % (доход третьей группы), а сумме доходов трёх групп — 45 % (точка 3).

Четвёртая точка на графике — это 100 % по горизонтали и 100 % по вертикали: всё население страны получает весь доход (точка 4). Соединив точки 0, 1, 2, 3, 4, получаем кривую Лоренца.

Кривая Лоренца



Соединив напрямую точки 0 и 4, получим линию абсолютного равенства, которая показывает, как выглядела бы кривая Лоренца, если бы первая группа, 25 % населения, получила бы 25 % дохода, 50 % населения получили бы 50 % дохода, 75 % населения — 75 % дохода.

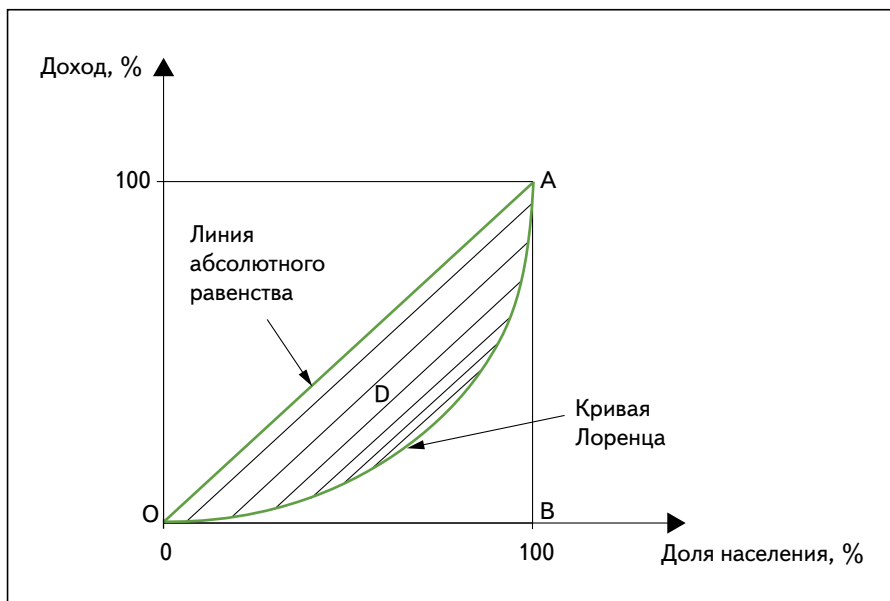
Такой ситуации абсолютного равенства нет ни в одной стране. Но в некоторых странах кривая Лоренца расположена близко к линии абсолютного равенства, что свидетельствует о невысокой степени расслоения общества. В других странах «лук Лоренца» «натянут» сильно, кривая Лоренца значительно удалена от линии абсолютного равенства. Это означает, что в стране есть очень бедные и очень богатые.

Индекс итальянского статистика и демографа К. Джини позволяет количественно измерить степень неравномерности распределения доходов населения. Этот показатель рассчитывается как отношение площади фигуры D к площади треугольника OAB (в процентах):

$$\text{Индекс Джини} = \frac{\text{Площадь фигуры D}}{\text{Площадь } \triangle OAB}$$

При сильном расслоении общества индекс Джини растёт, т. е. увеличивается отклонение кривой Лоренца от линии абсолютного равенства (растёт площадь фигуры D).

Определение индекса Джини

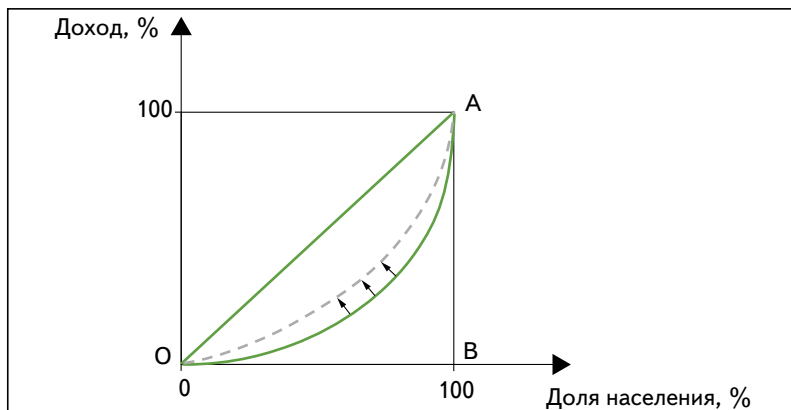


Высокий индекс Джини соответствует глубокому расслоению доходов в обществе, это происходит, когда «лук Лоренца» сильно «натянут», площадь фигуры D занимает большую долю в площади треугольника ОАВ. Если же кривая Лоренца расположена близко к линии абсолютного равенства, то площадь фигуры D невелика по сравнению с площадью треугольника ОАВ, значение индекса Джини низко, это свидетельствует о небольшом расслоении общества. В странах Западной Европы индекс Джини составляет около 30 %. В России этот показатель в 2020 г. составил 40 %.

Применяются различные методики определения уровня бедности. В России на 2022 г. уровень прожиточного минимума составляет 11950 р. на душу населения в месяц. Когда говорят «живёт за чертой бедности», это означает, что ежемесячный доход человека меньше этой суммы.

Регулирование неравенства доходов возможно с помощью налогов и социальных выплат. Так, предоставление льготных проездных билетов школьникам и студентам снижает степень неравенства распределения доходов, сдвигает кривую Лоренца влево-вверх, приближая её к линии абсолютного равенства. Напротив, отмена льгот для пенсионеров может усилить расслоение в обществе, кривая Лоренца сдвинется вправо-вниз.

Уменьшение неравенства доходов населения в результате повышения социальных выплат



Выводы

- Источниками доходов семьи могут быть: трудовой доход, имущественный доход и трансферты.
- Бюджет семьи — баланс доходов и расходов семьи за определённый период. Составление бюджета помогает людям наилучшим образом использовать свои деньги.
- От величины доходов зависит структура расходов семьи: с ростом доходов доля расходов на питание снижается.
- Регулирование неравенства доходов возможно с помощью налогов и социальных выплат.

Основные понятия

Семейный бюджет
Структура доходов семьи
Богатство
Структура расходов семьи
Потребительская корзина
Неравенство доходов населения
Черта бедности

Вопросы и задания

1. Объясните, зачем нужен семейный бюджет.
2. Назовите возможные источники доходов семьи. Какой из этих источников главный в России, какой — в большинстве стран?

3. Приведите примеры трансфертных выплат домашним хозяйствам.
4. Что такое потребительская корзина, каков её примерный состав в России и в западных странах?
5. Какую зависимость устанавливает закон Энгеля?
6. Используя интернет-ресурсы, изучите распределение доходов семьи (индекс Джини) в странах мира. Выделите страны с самыми высокими и самыми низкими значениями этого показателя. Какое место занимает Россия по этому показателю? Сделайте выводы о степени расслоения доходов граждан отдельных стран.
7. Изучите данные о расслоении населения в России, приведённые ниже в таблице. Сделайте выводы об изменении распределения населения по величине среднедушевых денежных доходов. Какие факторы, по вашему мнению, повлияли на такую динамику?

**Распределение населения по величине
среднедушевых денежных доходов, %**

Денежный доход в месяц, р.	2010	2018	2019	2020
До 7000,0	18,8	4,9	4,1	3,5
7000,0–10 000,0	14,6	6,9	6,1	5,6
10 000,0–14 000,0	16,6	11,0	10,1	9,8
14 000,0–19 000,0	15,2	13,7	13,1	12,9
19 000,0–27 000,0	14,7	18,0	17,9	18,1
27 000,0–45 000,0	13,3	23,7	24,6	25,4
45 000,0–60 000,0	6,8	9,4	10,1	10,5
60 000,0–75 000,0	—	5,0	5,5	5,7
75 000,0–100 000,0	—	4,0	4,5	4,6
Свыше 100 000,0	—	3,4	4,0	3,9
Всё население	100,0	100,0	100,0	100,0



Часть II. Государство и экономика

Как измеряется богатство страны?

Почему нельзя напечатать больше денег?

Кто выигрывает от инфляции?

Зачем государству деньги?

Кому выгодна международная торговля?

Изучив темы части II учебника, вы сможете ориентироваться в основных проблемах макроэкономики и без труда ответите на эти и многие другие вопросы.

§ 15. Предмет макроэкономики

В части I учебника, рассматривая типы экономических систем, мы говорили о том, что рынок не в состоянии удовлетворить многие потребности и не всегда может эффективно распределить ограниченные ресурсы. Мы приводили в пример целый ряд так называемых провалов рынка.



Вспомните случаи несостоятельности рынка.

Чтобы исправить положение, нужна внешняя сила. Такой силой является государство. Дж. М. Кейнс, английский экономист, заложивший основы макроэкономики, писал о государстве: «...это единственно практически возможное средство избежать полного разрушения существующих экономических форм и условие для успешного функционирования личной инициативы».

Макроэкономика изучает экономику страны как единое целое и рассматривает такие понятия, как экономический рост, инфляция, безработица, денежное обращение, налоговая система, государственный бюджет, баланс экспорта и импорта.

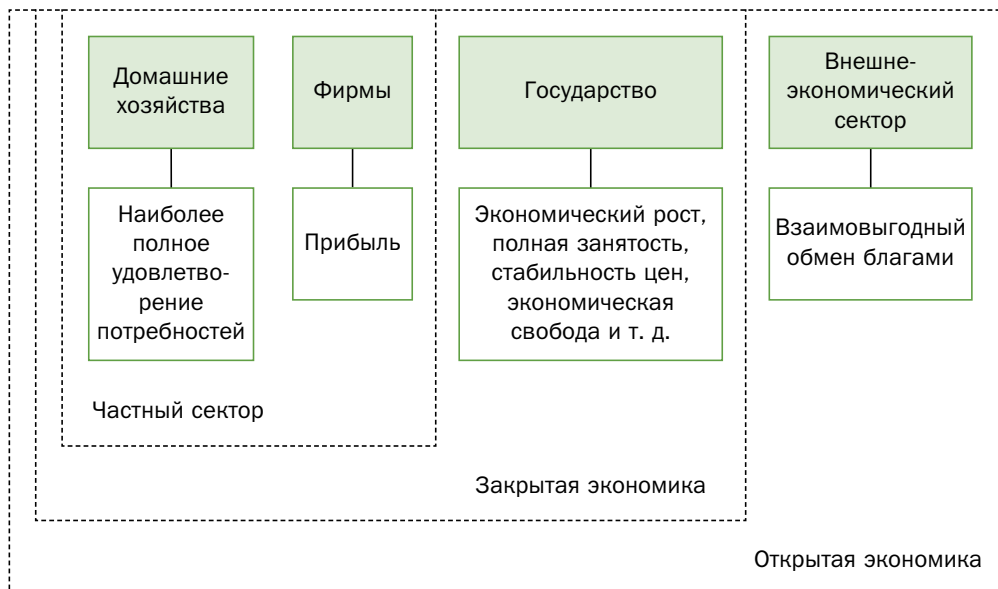
Макроэкономика оперирует обобщёнными, агрегированными понятиями и использует статистические данные.

Изучение макроэкономики имеет не только теоретическое, но и практическое значение: макроэкономика выявляет закономерности и зависимости между экономическими явлениями, позволяет разработать принципы экономической политики, даёт возможность составлять прогнозы на будущее.

1. Макроэкономические агенты

На макроэкономическом уровне действуют субъекты, агрегированные в четыре группы: домохозяйства, фирмы, государство, внешнеэкономический сектор.

Макроэкономические агенты и их экономические цели



Домашнее хозяйство — экономическая единица, состоящая из одного или нескольких лиц, которая самостоятельно принимает решения, является собственником какого-либо фактора производства, покупателем и потребителем товаров. Экономической целью домохозяйства является наиболее полное удовлетворение потребностей.

Фирма — организация, которая производит товары и услуги для реализации на рынке. Фирмы приобретают ресурсы на рынке факторов производства, производят товары и услуги, продают их на рынке товаров и услуг. Экономической целью фирмы является максимизация прибыли.

Домашние хозяйства и фирмы вместе составляют *частный сектор* экономики.

Государство включает центральные, региональные и местные органы, обеспечивающие законодательную, исполнительную и судебную деятель-

ность. Государство регулирует экономическую деятельность, покупает ресурсы для производства товаров и услуг общественного пользования, продаёт их, перераспределяет денежные потоки.

Экономическими целями государства являются: экономический рост, стабильность цен, полная занятость, экономическая свобода, экономическая эффективность, справедливое распределение ресурсов, равновесие между экспортом и импортом страны. Государство не может одновременно и полностью достичь эти цели, поскольку они противоречат друг другу. Например, экономическая эффективность невозможна, если в производстве благ будут заняты плохо образованные, низкоквалифицированные работники.

Но тогда как быть с полной занятостью? Если пойти по пути справедливого распределения ресурсов, то какую зарплату должна выплачивать фирма многодетным работникам? Речь может идти только о некотором балансе целей, определённой степени достижения каждой из них. В каждом обществе по-своему устанавливаются приоритеты развития.

Государственный сектор вместе с частным сектором составляют так называемую *закрытую экономику*. *Открытая экономика* дополнена внешнеэкономическим сектором.

Внешекономический сектор — это макроэкономический агент, объединяющий все страны, которые взаимодействуют с данной страной. Экономической целью внешнеэкономического сектора является взаимовыгодный обмен благами.

2. Макроэкономические рынки

Выделяют четыре агрегированных макроэкономических рынка: реальный рынок, финансовый рынок, рынок ресурсов и валютный рынок.

На **реальном** рынке продаются товары и услуги. На этом рынке действуют товарные биржи, где продаются стандартные партии товаров. На реальном рынке функционируют предприятия оптовой и розничной торговли. Также на реальном рынке работают маркетинговые организации, способствующие продвижению на рынке товаров и услуг, повышению спроса на них.

На **финансовом** рынке происходит движение денежной массы, размещение ценных бумаг: акций и облигаций. На этом рынке действуют фондовые биржи.

Рынок экономических ресурсов в макроэкономическом анализе представлен рынком труда. Основными вопросами здесь являются занятость трудовых ресурсов, их подготовка и переподготовка, проблемы безработицы.

На **валютном** рынке обращаются международные валюты, функционируют валютные биржи.

Наглядное представление о макроэкономических рынках даёт следующая схема.



3. Экономический кругооборот

Поведение экономических агентов и закономерности экономических рынков иллюстрируются на модели круговых потоков ресурсов, денег, товаров и услуг (с. 112). Эта модель показывает, какие взаимосвязи складываются в смешанной экономике рыночного типа. В модели субъектами являются домашние хозяйства, фирмы и государство.

Модель показывает, что доходы и расходы движутся по кругу. Доход каждого экономического агента расходуется, создавая доход другому экономическому агенту, что также служит основой для его расходов. Увеличение расходов ведёт к росту дохода и, следовательно, к дальнейшему увеличению расходов.

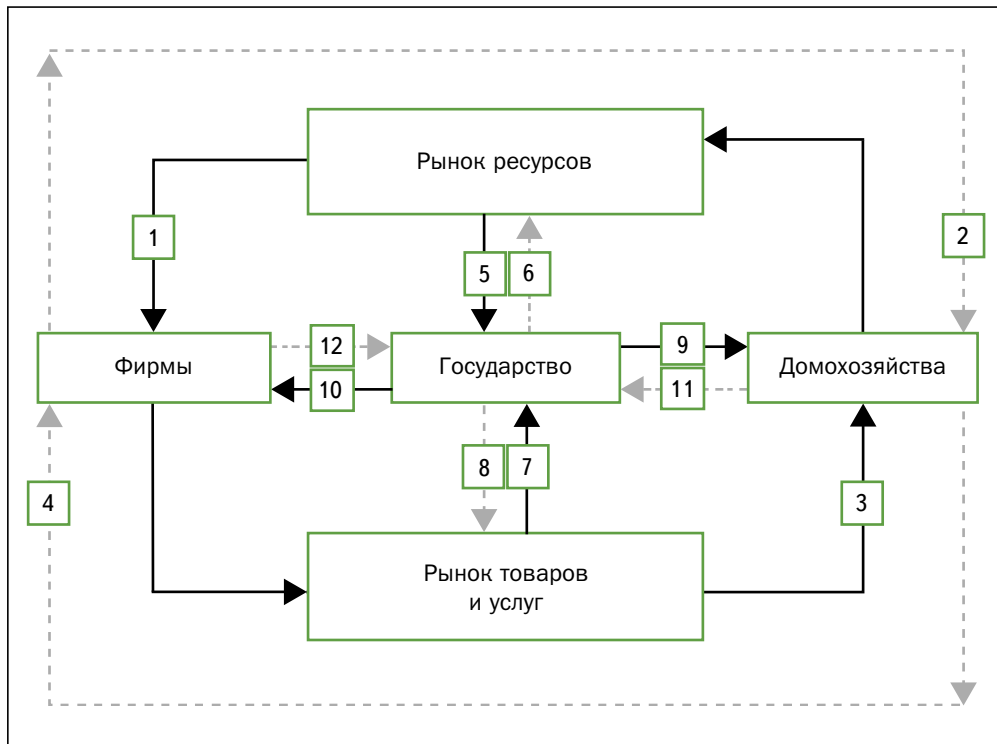
Модель показывает также, что в экономике движутся два противоположно направленных потока: товарный поток и денежный поток. Оба потока непрерывны, протекают одновременно и представляют собой главный элемент рыночного механизма.

1. Домохозяйства снабжают фирмы ресурсами.
2. Фирмы платят за ресурсы.
3. Фирмы продают домохозяйствам товары и услуги.
4. Домохозяйства платят за товары и услуги.
5. Государство покупает ресурсы.
6. Государство платит за ресурсы.
7. Государство покупает товары и услуги.
8. Государство платит за товары и услуги.
9. Государство предоставляет товары и услуги домохозяйствам.

10. Государство предоставляет товары и услуги фирмам.

11. Домохозяйства платят налоги.

12. Фирмы платят налоги.



? Какие потоки являются материальными, а какие — финансовыми в модели экономического кругооборота?

Выводы

- Макроэкономика изучает экономику страны как единое целое и рассматривает такие понятия, как валовой внутренний продукт, инфляция, безработица, денежное обращение, налоговая система, госбюджет, баланс экспорта и импорта.
- Макроэкономика имеет дело с обобщёнными, агрегированными экономическими понятиями.
- Макроэкономические агенты: домашнее хозяйство, фирма, государство, внешнеэкономический сектор.
- Макроэкономические рынки: реальный, финансовый, рынок экономических ресурсов, валютный рынок.

Основные понятия

Макроэкономика
Домашнее хозяйство
Фирма
Государство
Реальный рынок
Финансовый рынок
Рынок экономических ресурсов
Валютный рынок

Вопросы и задания

1. Какие из приведённых ниже вопросов являются предметом изучения макроэкономики, а какие — микроэкономики?
 - Государственный долг;
 - монополистическая конкуренция;
 - уровень инфляции;
 - налоги;
 - зарплата энергетиков;
 - прибыль коммерческого банка.
2. В схеме кругооборота ресурсов, денег, товаров и услуг опишите, какие материальные и финансовые потоки складываются вокруг домашних хозяйств.
3. Опишите материальные и финансовые потоки вокруг фирм.
4. Опишите материальные и финансовые потоки вокруг государства.
5. На схеме кругооборота покажите, каким образом расходы одних агентов становятся доходами других экономических агентов.

§ 16. Валовой внутренний продукт

Богатство страны определяется количеством произведённых в ней товаров и услуг. Чтобы определить, сколько страна производит, надо сложить объёмы выпуска всех товаров и услуг. Но нельзя складывать количество произведённых костюмов с количеством автомобилей и пищевых продуктов. Поэтому речь идёт об их стоимости. Просуммировав стоимость товаров и услуг, получим главный обобщающий макроэкономический показатель — валовой внутренний продукт (ВВП). По уровню этого показателя можно судить, что происходит с экономикой страны: она развивается или идёт на спад.

Определить величину ВВП достаточно сложно не только потому, что экономика страны имеет огромные масштабы. Оценивая рост богатства,

следует учитывать только те события, в результате которых страна действительно богатеет.



На примере отдельной семьи оцените, в результате каких событий семья станет богаче, а какие не увеличат доходы всей семьи.

- Отец получил зарплату 50 000 р.
- Мама дала вам 1000 р.
- Бабушка продала на рынке клубнику со своего огорода на сумму 10 000 р.
- Бабушка подарила вам 5000 р. ко дню рождения.
- Вы угостили соседей яблоками из своего сада (на рынке они стоили бы 300 р.).
- Мама продала художественному салону вышитое собственноручно панно за 18 000 р.
- Младшему брату досталась куртка старшего брата, которая стоила 7000 р.

Вы видите, что для оценки доходов семьи было бы неверно учитывать все приведённые в этом примере суммы. Так же и в случае подсчёта ВВП страны следует избирательно подходить к оценке событий.



1. Что включается в состав ВВП

Обратимся к схеме экономического кругооборота. Модель показывает, что макроэкономические агенты связаны между собой материальными и финансовыми потоками. Эти потоки движутся навстречу друг другу, как в живом организме кровь циркулирует по артериальным и венозным сосудам. Если представить, что материальные потоки — это артериальная кровь, а финансовые потоки — венозная кровь, то валовому внутреннему продукту соответствует артериальная кровь, т. е. материальные потоки. Товары и услуги, созданные в течение года, а точнее их рыночная стоимость, — вот то, что включается в состав валового внутреннего продукта.

Отметим, что не все материальные потоки включаются в ВВП.

1. Во избежание повторного счёта в этот показатель не включаются *промежуточные* товары и услуги, а включаются только *конечные* товары и услуги. Например:

- костюм из тонкой шерстяной ткани стоит 18 000 р.;
- ткань стоит 7000 р.;
- шерсть, из которой произвели ткань, стоила 2000 р.

Когда костюм был продан, на какую сумму увеличился ВВП? Надо ли суммировать стоимость шерсти, ткани и костюма? Ведь стоимость шерсти

вошла в стоимость ткани, а стоимость ткани, в свою очередь, вошла в стоимость костюма. Чтобы оценить, насколько увеличилось богатство страны после производства костюма, не следует выполнять двойной и тройной счёт одних и тех же товаров; объём ВВП увеличится на 18 000 р.

? Определите, на какую сумму возрастёт ВВП страны при продаже учебника, если учебник стоит 600 р., бумага, на которой он напечатан, стоила 60 р., а древесина, из которой выработана эта бумага, стоила 20 р.

2. В состав ВВП включается стоимость только тех товаров и услуг, которые были произведены для продажи, т. е. только рыночная стоимость. Если вы собрали ведро выращенной вами клубники и сами её съели, угостив при этом родственников и друзей, то это не рыночные отношения. Стоимость выращенной вами клубники не увеличит объём ВВП страны. Если же ферма выращивает клубнику на продажу, то вся рыночная стоимость проданной клубники войдёт в состав ВВП.

? Определите, стоимость каких пирожков следует учитывать в ВВП: стоимость пирожков, купленных в киоске, стоимость домашних пирожков, стоимость пирожков в школьной столовой, если они входят в меню бесплатных школьных завтраков.

3. В состав ВВП не включается стоимость товаров и услуг, произведённых за пределами страны; при этом учитывается всё, что произведено внутри страны, независимо от того, какой стране принадлежали факторы производства. Например, если развлекательный центр в вашем городе построила итальянская фирма, которая наняла турецких рабочих, закупила финские строительные материалы и российский цемент, то ВВП России возрастёт на стоимость всего развлекательного центра, включающую заработную плату турецких рабочих, стоимость финских материалов, российского цемента и прибыль итальянской фирмы. Если же российские рабочие будут работать по контракту в Канаде, то заработная плата, которую они получают, будет увеличивать ВВП Канады, а не России.

? В России производится сборка японских автомобилей, для которых закупаются японские комплектующие узлы и изделия; на заводе работают российские рабочие и японские менеджеры. Какая стоимость входит в состав ВВП России?

4. В состав ВВП включается стоимость только тех товаров и услуг, которые были произведены в *данном* году. Так, при определении объёма ВВП 2014 г. следует учитывать рыночную стоимость только товаров

и услуг, произведённых в 2014 г., но не учитывать стоимость товаров, произведённых в 2015–2016 гг. Не следует учитывать товары прошлых лет.



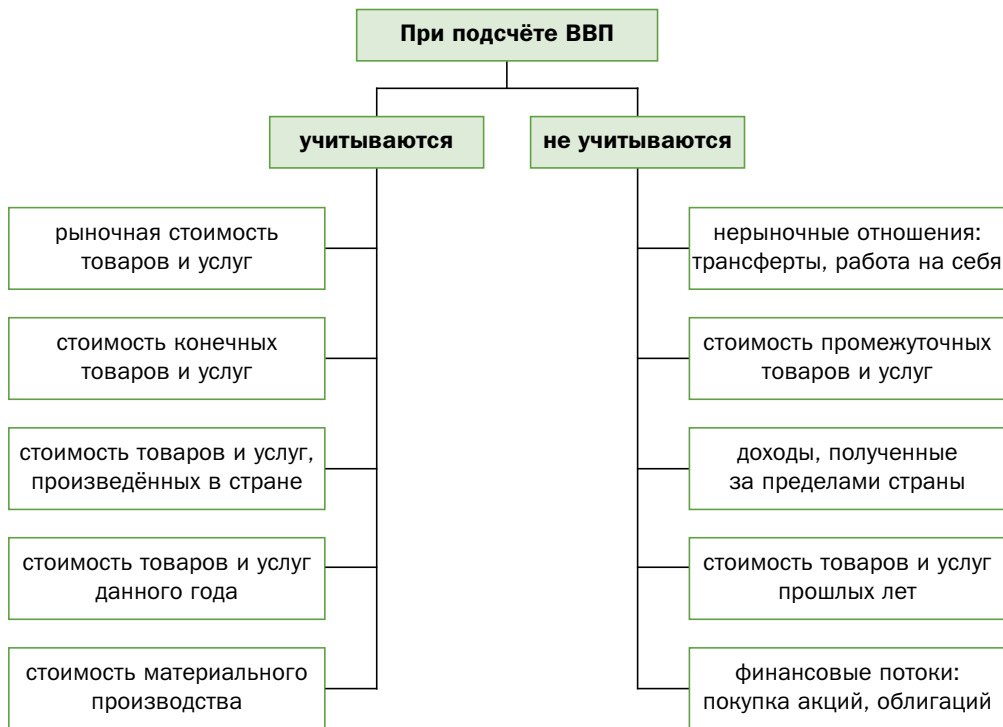
Изменится ли ВВП России 2016 г. после покупки на аукционе картины И.Е. Репина российским коллекционером в 2016 г.?

Если товар продаётся повторно, например подержанный автомобиль или мобильный телефон, бывший в употреблении, то его стоимость не изменяет объём ВВП, поскольку раньше она уже вошла в состав этого показателя.

Как было отмечено выше, речь идёт только о материальных потоках. Финансовые операции не включаются в состав ВВП. Покупка акций, облигаций, проценты по государственным облигациям, трансферты — суммы этих операций не учитываются при подсчёте ВВП.



Повлияет ли на величину ВВП повышение минимальной пенсии? Если повысили минимальный размер оплаты труда, изменится ли ваш ответ?



Обратите внимание, что пенсия — это не оплата товаров или услуг. Пенсионные выплаты — это трансферты, т. е. финансовые потоки. Выплачивая пенсии, государство перераспределяет бюджетные средства. При этом не происходит создание новых товаров или услуг, страна не становится богаче, в отличие от заработной платы, которая является оплатой услуг труда, вложенного, в свою очередь, в создание новой стоимости.

Подведём итог.

Валовой внутренний продукт — это рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведённых в стране за год.

ВВП отражает рост материального производства в стране.

В состав ВВП *не* включаются финансовые потоки, нерыночные отношения, промежуточные товары и услуги, доходы за пределами страны, доходы других лет.


2. Измерение ВВП

Измерение валового внутреннего продукта может осуществляться различными методами. Как видно в модели кругооборота ресурсов, денег, товаров и услуг, доходы и расходы экономических агентов движутся по кругу, причём доходы одних агентов являются расходами других. Соответственно, для определения величины ВВП используются методы подсчёта «по расходам» и «по доходам». Кроме того, поскольку в состав ВВП включаются только конечные товары и услуги, возможен метод подсчёта ВВП по суммарной добавленной стоимости, созданной в стране за год.

Рассмотрим, как определяется величина ВВП по методу расходов. Каждый из четырёх макроэкономических агентов осуществляет определённый набор расходов, и ВВП равен сумме расходов всех макроэкономических агентов на товары и услуги.

Так, расходы *потребителей* (consumption — C) можно агрегировать по трём направлениям:

- расходы на товары текущего потребления;
- расходы на товары длительного потребления;
- расходы на услуги.

 Приведите примеры расходов граждан на текущее потребление, на товары длительного потребления, на услуги.

Расходы потребителей — это самое крупное слагаемое в составе ВВП. Расходы *фирм* — инвестиции (investments — I) — также представляются тремя потоками:

- расходы на покупку оборудования;

- расходы на строительство (в том числе расходы на строительство, которое ведут не только фирмы, но и граждане);

- инвестиции в запасы (материалы, непроданная продукция на складе).

Расходы *государства* на товары и услуги (government — G) имеют очень много направлений, в том числе это расходы:

- на здравоохранение;
- на образование;
- на оборону;
- на культуру;
- на инфраструктуру и пр.



Какие ещё статьи расходов государства вам известны?

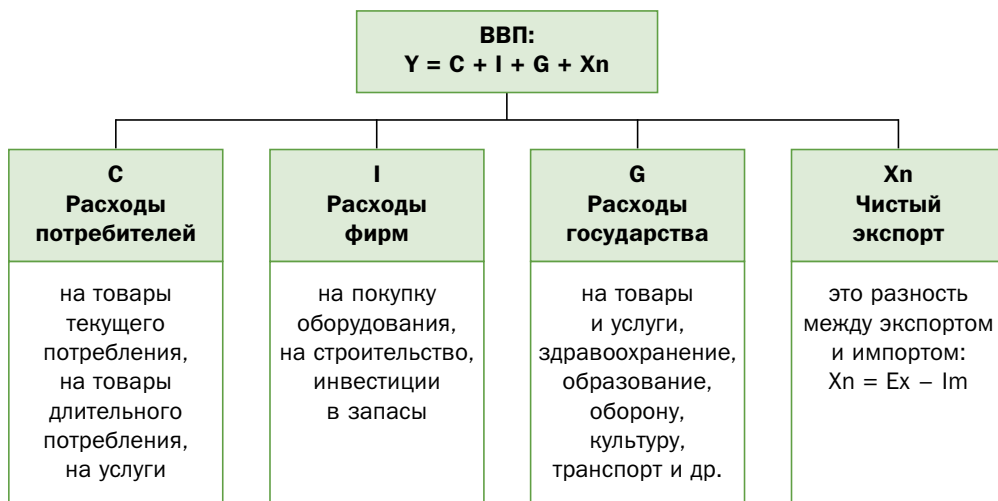
Подробнее направления использования государственных средств будут рассмотрены в разделе «Финансы государства» (§ 22).

Расходы *внешнеэкономического сектора* представлены как разность между экспортом (export — Ex) и импортом (import — Im). Это так называемый чистый экспорт — X_n (X netto). В зависимости от соотношения объёмов экспорта и импорта чистый экспорт может быть как положительной, так и отрицательной величиной.

В целом формула расчёта ВВП по методу расходов выглядит следующим образом:

$$Y = C + I + G + X_n$$

Расчёт ВВП по методу расходов



3. Номинальный и реальный ВВП

Следует отличать номинальный ВВП от реального ВВП. **Номинальный ВВП (НВВП)** рассчитывается в ценах текущего года. Он зависит от уровня цен, который сложился в стране в данный момент. Если в стране высокая инфляция, уровень рыночных цен может быть очень высоким. Соответственно, суммарная стоимость произведённых в стране товаров и услуг будет расти по сравнению с предыдущими годами. Даже в том случае, когда объём произведённой продукции уменьшается, номинальный ВВП может расти за счёт опережающего роста рыночных цен. Поэтому номинальный ВВП не может характеризовать уровень благосостояния общества, динамику его развития.

Чтобы рассчитать реальный ВВП, необходимо выбрать для сравнения базовый год и иметь данные о том, как изменился уровень цен за период между базовым и текущим годами. **Реальный ВВП (РВВП)** рассчитывается в сопоставимых ценах базового года как отношение номинального ВВП к индексу цен (Р):

$$\text{РВВП} = \text{НВВП} : \text{Р}$$

Показатель реального ВВП можно использовать для анализа уровней экономического развития страны в разные периоды времени. В этом случае сравнение выполняется в неизменных ценах и можно судить о динамике объёма производства в стране.



Возможна ли ситуация, когда реальный ВВП окажется больше, чем номинальный ВВП?

Индекс цен — это относительная величина. Если цены в стране растут, этот показатель больше единицы. Например, если цены растут на 15 % в год, то индекс цен равен 1,15; если при этом объём производства не изменяется, то реальный ВВП будет равен:

$$\text{РВВП} = \text{НВВП} : 1,15.$$

Таким образом, реальный ВВП будет меньше номинального ВВП.

Если же цены в стране снижаются, то индекс цен будет дробной величиной меньше единицы. Например, если при неизменном объёме производства в стране цены снизились на 5 %, то индекс цен равен 0,95 и реальный ВВП равен:

$$\text{РВВП} = \text{НВВП} : 0,95.$$

В этом случае реальный ВВП окажется выше номинального. Заметим, однако, что для рыночной экономики такой пример является весьма условным.

Средний жизненный уровень населения страны определяется показателем ВВП на душу населения, который равен ВВП, делённому на численность населения страны:

$$\text{Уровень благосостояния} = \text{ВВП} : \text{Численность населения}$$

Для сравнения уровней благосостояния граждан разных стран также используется показатель ВВП на душу населения, а не абсолютное значение ВВП.

Выводы

- Положение экономики определяется по показателю ВВП.
- ВВП измеряет рыночную стоимость товаров и услуг, учитывает конечную продукцию, произведённую внутри страны в течение года.
- Номинальный ВВП выражен в текущих ценах; реальный ВВП выражен в неизменных ценах, он отражает фактическое изменение ВВП.
- Уровень благосостояния граждан определяется величиной ВВП на душу населения.

Основные понятия

Валовой внутренний продукт
Потребительские расходы
Инвестиции
Государственные закупки товаров и услуг
Чистый экспорт
Номинальный и реальный ВВП
Уровень благосостояния: ВВП на душу населения

Вопросы и задания

1. Приведите примеры конечных продуктов и промежуточных продуктов. Стоимость каких продуктов не следует учитывать при определении ВВП?
2. Определите, на какую сумму возрастёт ВВП страны при продаже банки земляничного варенья, если земляника стоила 60 р., сахарный песок — 50 р., банка готового варенья — 150 р.
3. В России производится сборка компьютеров, для которых закупаются импортные комплектующие детали и узлы. Все сотрудники фирмы — российские граждане. Какая стоимость входит в состав ВВП России?

4. Почему показатель номинального ВВП не пригоден для сравнения ВВП страны в разные годы?

5. Проанализируйте приведённые ниже статистические данные по ВВП России. Сравните динамику номинального и реального ВВП России. На графике реального ВВП отметьте периоды, когда рост цен существенно опережал рост ВВП.

Номинальный и реальный ВВП России в 2000–2019 гг.

Годы	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Номинальный ВВП РФ, трлн. р.	7,3	21,6	46,3	83,0	85,6	91,8	104,6	110,0
Реальный ВВП РФ в % к предыдущему году	110	106	104	98	100	101	102	101



§ 17. Экономический рост

От экономического роста зависит богатство страны и благосостояние каждого гражданина. На основе экономического роста открываются возможности для реализации социальных программ, ликвидации бедности, развития науки, образования, здравоохранения, решения экологических проблем. Вот почему экономический рост — одна из основных целей любого государства.

Как измерить экономический рост? Очевидно, таким показателем может быть валовой внутренний продукт. История любой страны показывает, что развитие экономики сопровождается увеличением ВВП. Каждое новое поколение имеет более высокие доходы, чем предыдущие поколения. Однако далеко не всегда рост ВВП означает экономический рост страны. Вы знаете, что ВВП бывает номинальный и реальный. Он может измеряться в абсолютном значении и в относительных единицах, т. е. ВВП на душу населения, например в рублях на человека (р./чел.). Не всякий временной период подходит для того, чтобы делать выводы об экономическом росте в стране.

1. Содержание экономического роста

Экономический рост — это долгосрочная тенденция увеличения реального ВВП. В данном определении экономического роста существенными являются три признака:

- оценивается реальный, а не номинальный ВВП; увеличение номинального ВВП может быть обусловлено ростом цен, а не ростом богатства страны;
- экономический рост — это многолетний процесс, увеличение ВВП в коротком периоде не является признаком экономического роста;
- предполагается, что ВВП растёт как в абсолютном значении, так и в расчёте на душу населения: даже многолетний рост реального ВВП не будет признаком экономического роста, если темп роста населения в стране опережает темп роста ВВП, поскольку в этом случае уровень благосостояния граждан будет снижаться.

Экономический рост измеряется среднегодовыми темпами роста реального ВВП (РВВП) в процентах. Это дробь, в числителе которой — разность между значениями РВВП данного и предыдущего годов, в знаменателе — РВВП предыдущего года:

$$\frac{\text{РВВП (i)} - \text{РВВП (i - 1)}}{\text{РВВП (i - 1)}}.$$

Например, в России реальный ВВП в 2007 г. составил 11 431 млрд р., а в 2008 г. — 12 116 млрд р. Темп роста реального ВВП за 2008 г. равен:

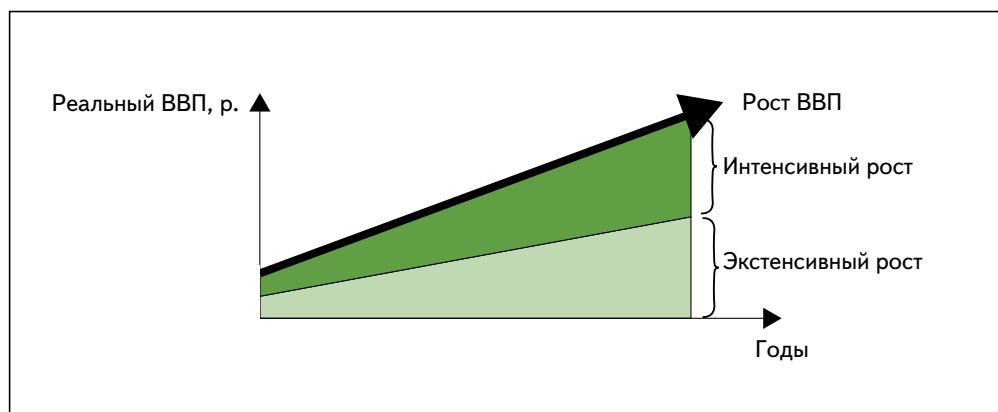
$$(12\,116 - 11\,431) : 11\,431 = 0,05, \text{ или } 5\%.$$

Далее рассмотрим, какие факторы влияют на темпы экономического роста и как можно судить о «качестве» экономического роста.

2. Факторы экономического роста

В зависимости от факторов, обеспечивающих экономический рост, различают рост экстенсивный и рост интенсивный.

Экономический рост



Экстенсивный экономический рост может быть обусловлен тем, что в стране происходит увеличение количества ресурсов. Увеличение *количества* доступных факторов производства не сопровождается улучшением их качества.

Факторы экстенсивного экономического роста:

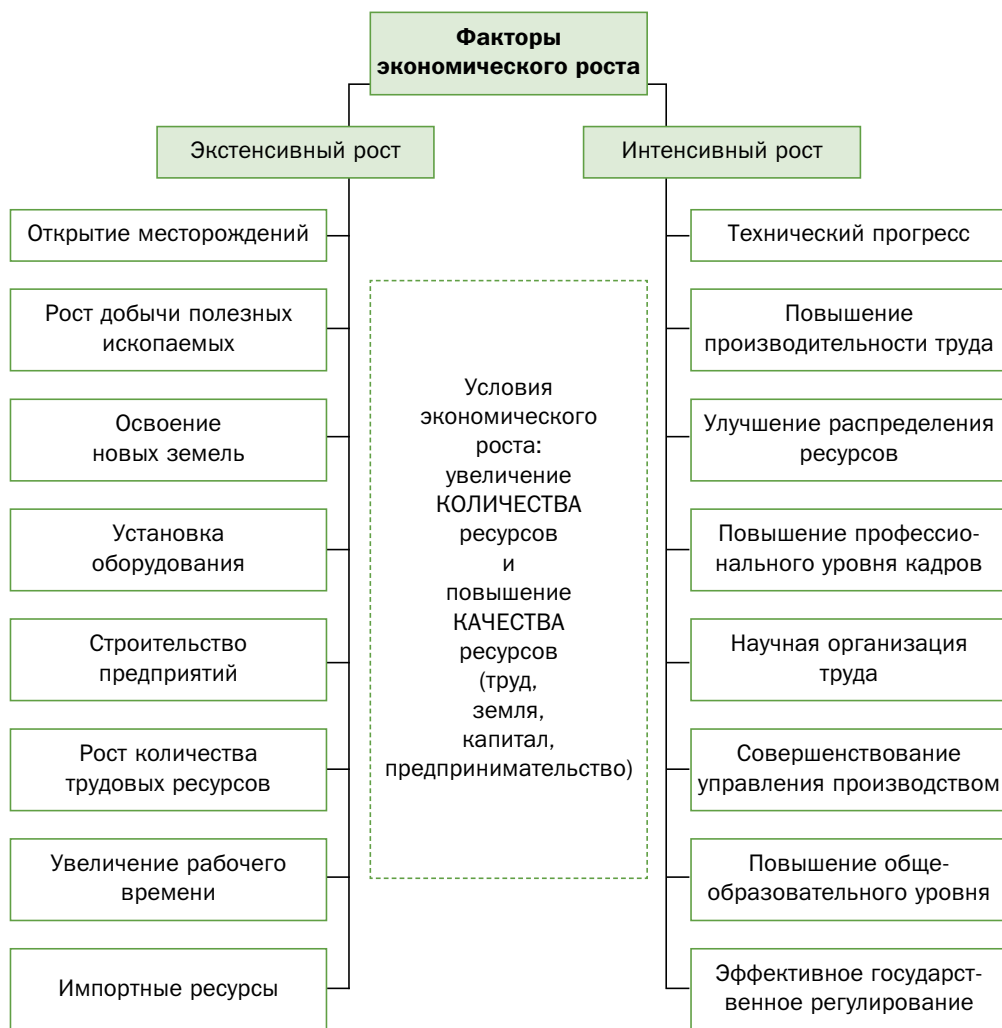
- увеличение количества трудовых ресурсов;
- увеличение количества природных ресурсов;
- увеличение капитальных ресурсов.

Интенсивный экономический рост обусловлен повышением качества используемых ресурсов. Повышение *качества* факторов производства — это возможность увеличить отдачу, производительность ресурсов при том же их количестве.

Факторы интенсивного экономического роста:

- повышение производительности труда;
- доступность природных ресурсов более высокого качества;
- совершенствование техники и технологии;
- повышение качества управления.

Факторы экономического роста представлены на следующей схеме (с. 124).



Выводы

- Экономический рост — это долговременное увеличение реального ВВП как в абсолютном значении, так и в расчёте на душу населения.
- Рост может быть результатом увеличения количества и (или) качества ресурсов (факторы экстенсивного и интенсивного экономического роста).
- Научно-технический прогресс обеспечивает интенсивный экономический рост.

Основные понятия

Экономический рост
Интенсивный экономический рост
Экстенсивный экономический рост
Факторы экономического роста

Вопросы и задания

1. Назовите критерии экономического роста.
2. В каких случаях рост ВВП не является признаком экономического роста?
3. В чём различия экстенсивного и интенсивного экономического роста?
4. Какие факторы обеспечивают экстенсивный экономический рост?
5. Какие факторы обеспечивают интенсивный экономический рост?
6. Верно ли утверждение: чем выше темпы роста населения, тем выше уровень благосостояния при прочих равных условиях?
7. Приведите пример, когда одно и то же событие может оказаться и фактором экстенсивного, и фактором интенсивного экономического роста.
8. «Чем человек просвещённее, тем он полезнее своему отечеству». Объясните это высказывание А. Грибоедова с точки зрения экономического роста. О каком типе экономического роста может идти речь?

§ 18. Экономический цикл

Экономика любой страны развивается неравномерно, происходит чередование подъёмов и спадов деловой активности. Уровень ВВП колеблется по годам, как синусоида вокруг некоторой оси, которая отражает основную тенденцию экономического роста. Такая тенденция называется *трендом*.

1. Фазы экономического цикла

Экономический цикл — это периодические колебания деловой активности в стране.

Экономический цикл включает следующие периоды:

- подъём;
- экономический бум (пик);
- спад;
- кризис (низшая точка спада).

Когда экономика достигает уровня максимальной деловой активности в области точки *пика*, предприятия работают на пределе своих возможностей. Все, кто ищет работу, могут её найти. Во время экономического

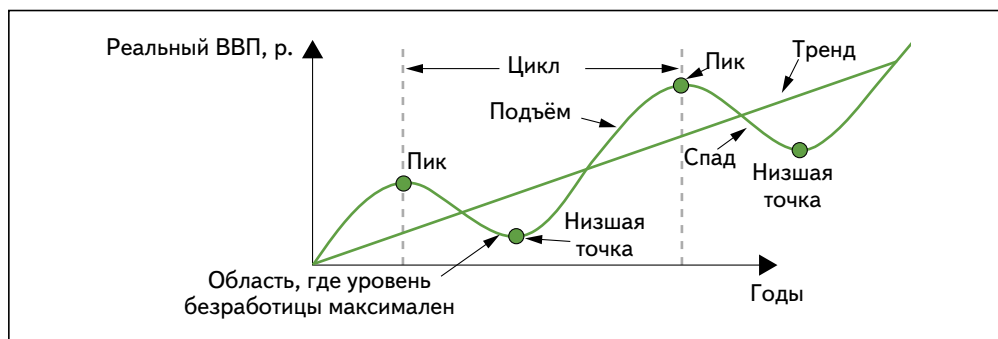
бума инвестиции предприятий и расходы потребителей находятся на очень высоком уровне. Спрос на товары и услуги возрастает, растут и цены. Наступает период сверхзанятости и высокой инфляции. В этом состоянии экономика оказывается «перегретой».

Во время *спада* деловая активность начинает сокращаться, вплоть до низшей точки спада. Предприниматели и потребители сокращают свои расходы. Если во время бума экономика страны работала на полную мощность и происходило затоваривание складов, то на следующем этапе экономического цикла предприниматели сокращают закупки сырья и материалов, увольняют рабочих, сокращают объём производства. При этом некоторые предприятия закрываются, безработица возрастает. Дальнейшее сокращение инвестиций и потребительских расходов означает *депрессию*.

Область вокруг низшей точки спада называется *кризисом*. Это период недоиспользования экономических ресурсов, высокого уровня безработицы, предприятия работают на грани остановки, выпуск продукции продолжает снижаться.

На стадии *подъёма* экономика начинает выходить из кризиса, деловая активность растёт. Предприятия наращивают производство, создаются дополнительные рабочие места; занятость населения повышается, а безработица, соответственно, сокращается. Это ведёт к повышению уровня потребительских расходов, дальнейшему увеличению занятости и выпуска продукции. В итоге деловой цикл достигает своего пика.

Экономический цикл



2. Причины экономических циклов

Чтобы объяснить смену фаз внутри экономического цикла, современные экономисты обращают внимание на внешние и внутренние факторы. Внешние факторы — это явления, происходящие вне экономической системы; внутренние факторы имеют место внутри самой системы.

Примерами *внешних* факторов могут быть:

- изобретения и нововведения;
- войны и другие политические события за рубежом;
- соглашения о международной торговле и другие значительные научно-технические, политические, социальные события.

Внутренними факторами экономических циклов являются:

- изменение объёмов инвестиций;
- изменение объёмов потребительских расходов;
- деятельность правительства.

Инвестиции — это самая нестабильная составляющая в составе ВВП страны и, соответственно, основная причина колебаний деловой активности в стране. Инвестиции в основные фонды — в заводы, станки, оборудование — обеспечивают создание новых рабочих мест. За счёт этого увеличивается покупательная способность потребителей.

С ростом потребления фирмы, стараясь обеспечить потребителей товарами и услугами, берут на работу дополнительных рабочих и увеличивают объём производства товаров и услуг. Деловой цикл вступает в период подъёма. Когда расходы потребителей уменьшаются, фирмы сокращают производство, увольняют рабочих, для экономики наступает период спада.

Правительство влияет на деловой цикл, проводя антициклическую политику. Инструменты стабилизации экономики будут рассмотрены в последующих параграфах учебника.

3. Виды экономических циклов

По продолжительности действия различают циклы столетние, циклы Кондратьева, классические циклы и двух-четырёхлетние циклы. Такое деление циклов основано на продолжительности работы физического капитала: зданий, сооружений, машин, оборудования.

Столетние циклы связаны с важными открытиями и изобретениями: внедрением пара, затем электричества, электроники и автоматики, компьютеризации производства.

Циклы Кондратьева, которые названы так в честь выдающегося русского экономиста, связаны со сроком службы зданий и сооружений. Продолжительность этих циклов составляет около 50 лет.

Классические циклы, которые ещё называют деловыми циклами, длятся около 10 лет. Они связаны с износом машин и оборудования. Замена изношенного оборудования требует дополнительных инвестиций, которые, в свою очередь, являются самой непостоянной составляющей частью ВВП.

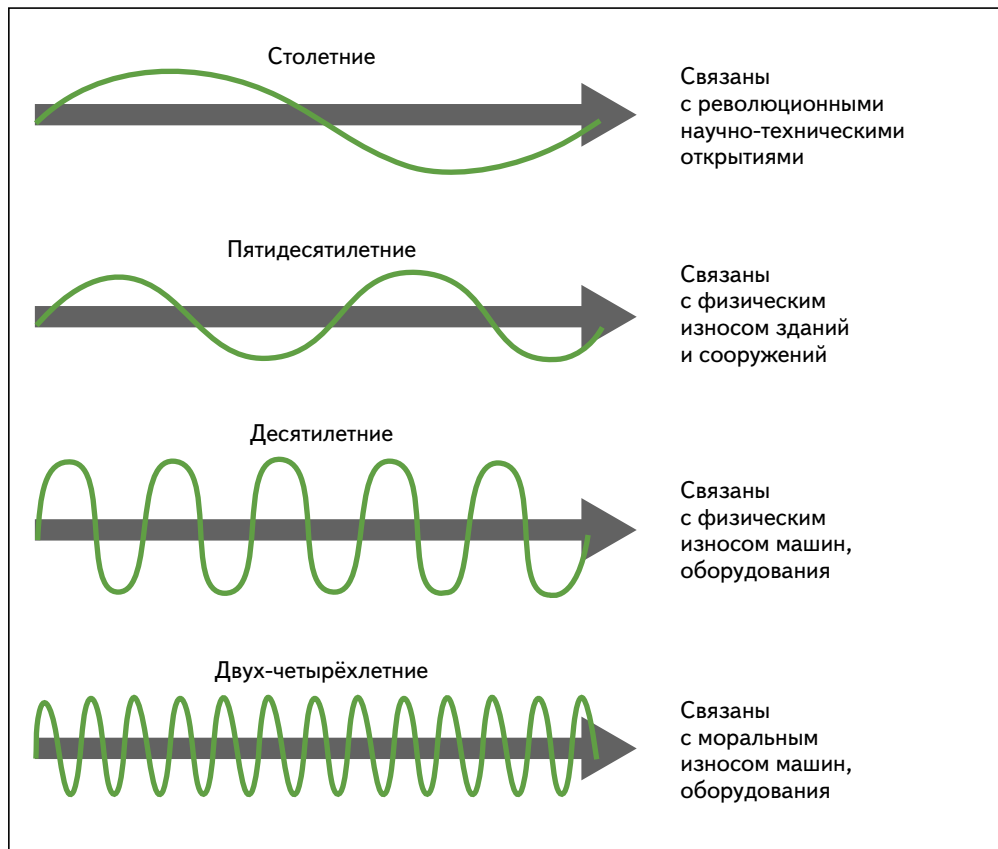
Краткосрочные циклы продолжительностью около четырёх лет связаны с моральным износом оборудования. Появление более совершенного

и производственного оборудования вынуждает производителей заменять оборудование, прежде чем оно будет изношено физически.

Продолжительность фаз экономического цикла зависит не только от продолжительности работы оборудования. Важными факторами являются также экономическая роль государства, проводимая им политика регулирования экономики, разработка и внедрение инновационных технологий.

Экономические циклы нерегулярны и труднопредсказуемы. Последствия экономических циклов могут быть тяжёлыми для граждан, фирм, для всей страны в целом. Особенно разрушительными они могут стать в случае *резонанса* циклов различных видов, когда амплитуда колебаний экономической активности в стране возрастает.

Виды экономических циклов



Экономические кризисы случались в истории неоднократно, самым продолжительным и разрушительным из них называют Великую депрессию. Этот кризис произошёл в США в 1929–1933 гг. Реальный ВВП страны в эти годы сократился на 40 %, и каждый четвёртый гражданин потерял работу. Тогда же пострадала экономика ряда европейских стран, отдельные отрасли были отброшены на десятилетия назад.

В 2008 г. разразился мировой финансово-экономический кризис, который проявился и в производственной, и в финансовой сфере. Многие банки и предприятия обанкротились, миллионы людей потеряли работу, жильё, сбережения. Сейчас, по прошествии нескольких лет, в большинстве стран ощущаются последствия этого кризиса и экономисты говорят о его новых волнах.

Выводы

- Экономика страны развивается неравномерно: после ускорения роста наступает спад деловой активности.
- Во время кризиса фирмы закрываются, ВВП снижается, безработица растёт. Во время экономического бума открываются новые фирмы, но цены растут.
- Возможны внешние причины циклов: мировые открытия, войны, соглашения о торговле — и внутренние причины: деятельность правительства, изменение объёмов инвестиций и потребления.
- Виды экономических циклов: столетние, пятидесятилетние, десятилетние, двух-четырёхлетние. В случае резонанса последствия циклов особенно разрушительны.

Основные понятия

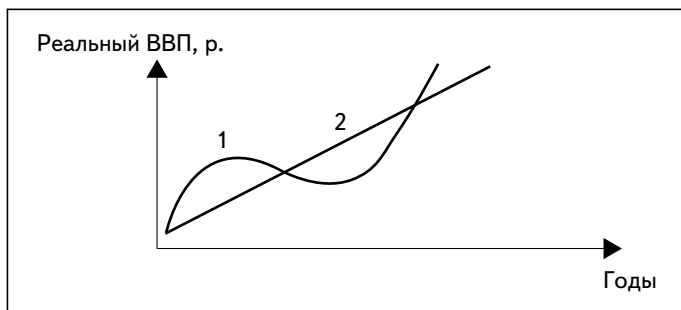
Экономический цикл

Кризис

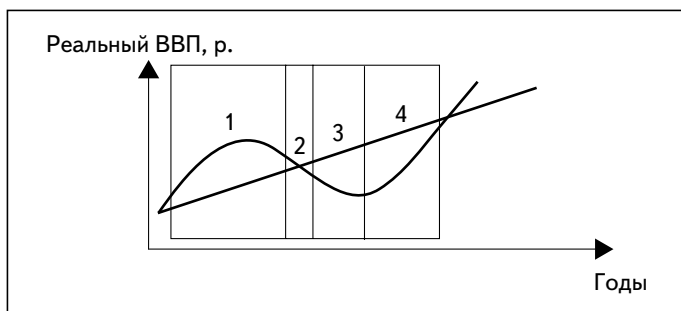
Подъём, пик, спад

Вопросы и задания

1. Назовите фазы экономического цикла.
2. Как изменяются во время экономического кризиса: уровень безработицы; уровень инфляции; уровень реального ВВП?
3. Посмотрите на график и ответьте на вопросы.
 - Какая линия иллюстрирует экономический рост?
 - Какая линия изменит своё положение в результате повышения уровня инфляции?
 - Какая линия отражает эффективное использование ресурсов?



4. Укажите на графике области эффективного использования ресурсов и области неэффективного использования ресурсов.



§ 19. Денежное обращение

1. Возникновение денег и виды денег

На ранних этапах развития человеческого общества обмен товаров осуществлялся без денег. Такой обмен был сложным и длительным, приходилось выполнять промежуточные обменные операции, чтобы получить необходимый товар. **Бартер** — это обмен товара на товар без денег. Эти трудности были преодолены, когда стихийно стали выделяться отдельные товары, которые начинали играть роль главных предметов обмена. Такими товарами были: зерно, скот, меха, шкуры и др. Это были самые ранние формы денег. Первые бумажные деньги появились в Средние века в Китае.

Однако надолго и прочно роль денег закрепилась за благородными металлами: серебром и золотом. Этому способствовали их природные свойства: однородность, делимость, портативность, долговечность. В дальней-

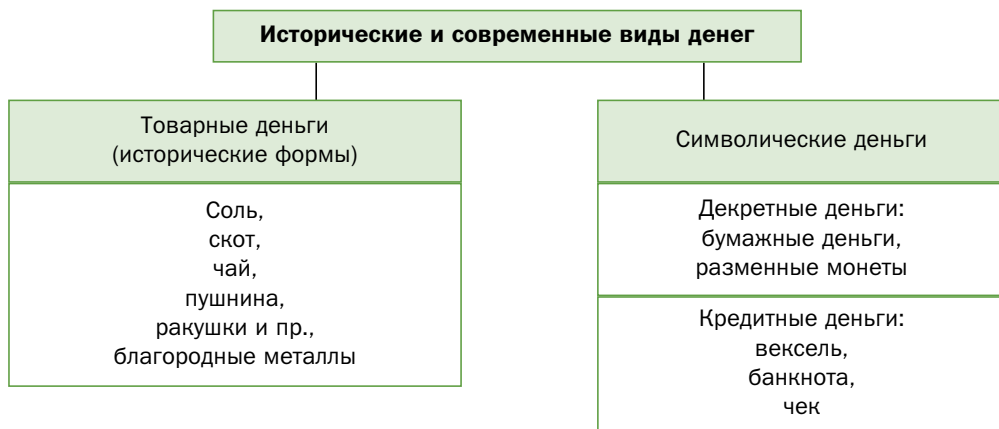
шем чеканка монет обеспечила стандартизацию, гарантию определённых весовых количеств металла. В результате сформировался *металлический* тип денежного обращения. В середине XIX в. в России сложилась система серебряного стандарта, в конце XIX в. — система золотого стандарта, в основе которой было обращение золотых монет и разменных бумажных денег. Бумажные деньги были обеспечены золотом по установленному законом паритету и свободно обменивались на золото.

В XX в. операции с золотом постепенно стали ограничиваться, золотые монеты ушли из обращения, а обеспечение банкнот благородным металлом было отменено. Произошёл переход к *бумажному* типу денежного обращения. Бумажные деньги включают в себя казначейские билеты и кредитные деньги. Казначейские билеты — это бумажные деньги, выпускаемые государственным казначейством. Кредитные деньги — это долговые обязательства банков: банкноты и различные орудия безналичных расчётов (векселя, чеки).

Покупательная способность бумажных денег определяется функционированием их в самом обмене и зависит от количества товаров и услуг, которые можно на них купить. Покупательная способность бумажных денег определяется также тем фактом, что государство делает денежную единицу законным платёжным средством.

Следует различать *товарные* деньги, ценность которых как денег и как товаров одинакова, и *символические* деньги, ценность которых как товаров гораздо ниже, чем ценность как денег. Товарные деньги представляют собой разновидность исторических денег.

Примеры исторических и современных денег вы можете увидеть на схеме.



Для удобства обращения деньги должны иметь следующие качества.

- **Стабильность:** стоимость денег не должна резко изменяться во времени. Попробуйте оценить, как изменялась стабильность рубля в отдельные периоды за последние 30 лет.
- **Портативность:** деньги должны иметь малый вес и размер. Если бы деньгами были баскетбольные мячи, как бы мы ходили по магазинам?
- **Долговечность:** материал для денег должен быть высокого качества. Банкноты и монеты участвуют в огромном количестве сделок, переходя из рук в руки; им требуется высокая износостойкость.
- **Однородность:** деньгам равного достоинства должна соответствовать равная стоимость. Нам нет необходимости выбирать, какая из сторублёвых купюр имеет более высокую покупательную способность, они все равны между собой, так же как все рублёвые монеты не отличаются друг от друга по стоимости.
- **Делимость:** деньги должны легко размениваться. Товарные деньги трудно разменять, так как между ними невозможно установить правильное соотношение: например, сколько цыплят приравнять к одной корове? А сторублёвую купюру, например, легко разменять на совершенно равные части по 50 или по 10 р.
- **Отличимость:** деньги должны быть трудно подделывать. Государство прилагает большие усилия, обеспечивая банкнотам высокую степень защиты. Некоторые из видов защиты известны, вероятно, и вам; другие — хранятся в тайне, и о них знают только банковские служащие.



2. Функции денег

Деньги — это особый товар, всеобщий эквивалент. Это означает, что деньги можно приравнять к любому товару, обменивать на всё, что продаётся. В современной экономике деньги выполняют функции средства обращения, средства платежа, меры стоимости, средства накопления.

Средство обращения. Деньги выступают в качестве посредника в обмене товаров и услуг. Деньги используются при покупке и продаже това-

ров и услуг. Например, вы купили костюм или телефон, заплатили за обед в кафе или купили билет на самолёт. Во всех этих примерах произошёл обмен товара или услуги на деньги. Выполняя функцию средства обращения, деньги позволяют избежать неудобств бартерного обмена. В настоящее время бартерные сделки тоже остаются в силе, однако бартер относится к «серой», теневой экономике. Это связано с тем, что стороны, участвующие в бартере, не платят налог, в результате чего государство проигрывает от такой формы обмена.

Средство платежа. Деньги используются для оплаты отложенных платежей. Если функция денег как средства обращения предполагает одновременное движение денег и товара, то при выполнении функции денег как средства платежа движение товаров и денег не совпадает по времени или нет движения товаров, а есть только движение денег. Например, уплата долгов, уплата налогов, банковский кредит, получение пособий и пенсий.

Мера стоимости. Деньги — это измеритель ценности товаров и услуг.



Вспомните, что является мерой веса, мерой длины, мерой времени.

С помощью денег тоже можно измерить товар, но не длину или вес товара, а его ценность. Можно сравнить товары и услуги по их ценности. Так, ценность автомобиля выше, чем ценность мотоцикла, ценность поездки на такси выше, чем ценность поездки на автобусе, и т. д. Особенностью этой функции в том, что деньги становятся счётными единицами, масштабом для соизмерения стоимости различных товаров и услуг. Не нужно иметь деньги при себе, чтобы мысленно определить цену блага. Деньги выполняют эту функцию, например, когда мы рассматриваем каталоги товаров, интересуемся стоимостью услуг турфирмы, отказываемся от поездки на такси, если не имеем необходимой суммы.

Средство накопления. Деньги используются как средство сохранения ценности. Деньги — это особый актив, сохраняемый после продажи товаров и услуг и обеспечивающий покупательную способность в будущем. Например, владелец мини-пекарни желает купить туристическую путёвку, копить средства ему надо в течение нескольких месяцев. В какой именно форме удобнее копить средства: складировать полгода свои пирожки, а потом обменять их на путёвку или регулярно продавать свой товар и накапливать выручку в денежной форме?

Деньги — не единственное средство сохранения стоимости. Средствами сбережения могут быть сберегательные вклады, ценные бумаги, золотые слитки, недвижимость и др. Но наличные деньги обладают одним преимуществом перед этими активами: наличные имеют более высокую ликвидность. Понятие ликвидности будет рассмотрено ниже.



? В рыночной экономике существует явление, которое может обесценить накопленные деньги и тем самым ослабить функцию денег как средства накопления. О чём идёт речь?

3. Ликвидность

Попробуйте купить в магазине торт, предъявив продавцу сберегательную книжку, на которой имеется вклад 10 000 р. Почему вам не продадут торт? Разве 10 000 р. — это не деньги? Дело в том, что деньги на сберкнижке имеют низкую ликвидность, недостаточную для того, чтобы расплатиться в магазине.

Ликвидность — это способность быстрого превращения активов в средство платежа.

Приведём ещё одно определение денег: **деньги** — это финансовый актив, который служит для совершения сделок. Актив — это то, что обладает ценностью. Различают активы реальные и финансовые. Реальные активы: земля, жильё, товары длительного пользования. Финансовые активы: деньги, акции, облигации.

По степени ликвидности можно сравнивать и финансовые, и реальные активы. Более ликвидным является актив, который легче продать, обналичить, чтобы превратить в средство платежа.

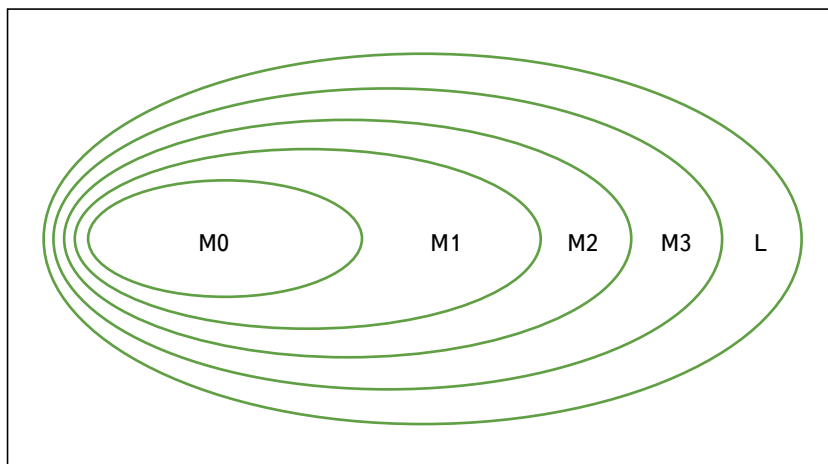
? Сравните по степени ликвидности: квартиру, мобильный телефон, разбитый автомобиль, новый ноутбук, наличные, счёт в банке.

Денежная масса включает в себя активы различной степени ликвидности. Некоторые активы являются абсолютно ликвидными, они не требуют предварительных операций, чтобы расплатиться. Это, например, наличные деньги. Другие активы обладают меньшей ликвидностью, например счёт в банке. Для использования их в качестве денежных средств они должны быть сначала превращены в наличные деньги. По степени ликвидности

различают денежные активы, входящие в состав агрегатов M_0 , M_1 , M_2 , M_3 , L . Принцип построения денежных агрегатов таков: каждый следующий агрегат включает в себя предыдущий.

- M_0 = Наличные деньги.
- M_1 = Наличность + Чековые депозиты — это агрегат, обладающий абсолютной ликвидностью.
- M_2 = M_1 + Сберегательные вклады + Мелкие срочные вклады — это агрегат, обладающий меньшей ликвидностью, чем M_1 .
- M_3 = M_2 + Крупные срочные вклады — это ещё менее ликвидный агрегат.
- L = M_3 + Государственные облигации (например, государственные краткосрочные облигации — ГКО) — это наименее ликвидный агрегат.

Денежные агрегаты



Активы каждого следующего агрегата являются менее ликвидными, чем активы предыдущего агрегата; при этом доходность денежных активов растёт: активы каждого следующего агрегата являются более доходными, чем активы предыдущего агрегата. Так, доходность наличных денег равна нулю, а доходность по государственным краткосрочным облигациям выше, чем доходность сберегательного вклада.

Выводы

- Деньги — это особый товар, всеобщий эквивалент.
- Покупательная способность денег зависит от количества товаров и услуг, которые можно на них купить.

- Качества, которыми должны обладать деньги: стабильность, портативность, долговечность, однородность, делимость, отличимость.
- Деньги выполняют функции: средство обращения, средство платежа, мера стоимости, средство накопления.
- Ликвидность — способность денег служить средством платежа. Наличные деньги имеют абсолютную ликвидность.

Основные понятия

Деньги
Деньги товарные и символические
Качества денег
Функции денег
Бартер
Ликвидность
Денежные агрегаты

Вопросы и задания

1. Чем определяется стоимость денег?
2. «Деньги не щепки, счётом крепки». Как вы понимаете эту русскую пословицу?
3. Какая функция денег ослабляется из-за инфляции в наибольшей мере?
4. Почему государство проигрывает от бартерных сделок?
5. Расположите активы в порядке убывания их ликвидности: участок земли, мобильный телефон, наличные, автомобиль, государственные облигации.
6. Расположите активы в порядке возрастания их ликвидности: счёт в сбербанке, мотоцикл, квартира, наличные деньги, золотой слиток.
7. Какая функция денег реализуется:
 - а) если вы возвращаете долг своему другу;
 - б) если вы покупаете компьютер;
 - в) если вы смотрите на витрину магазина, но понимаете, что данный товар вам недоступен;
 - г) если вы открыли счёт в банке?

§ 20. Инфляция

Каждому хотелось бы иметь денег больше. Дело не в деньгах, а в их количестве — говорится в старой шутке. Почему же нельзя напечатать денег столько, сколько хотят граждане? Что изменится? Кто от этого выиграет? Кто проиграет? Действительно ли нас интересует количество денег в нашем распоряжении? Можно ли, имея миллион, жить впроголодь? В царской России можно было пообедать на 5 копеек, а корову купить за

рубль. Значит, дело не столько в количестве денег, сколько в их покупательной способности. Покупательная способность денег зависит от уровня инфляции в стране.

1. Сущность инфляции

Представьте, что в уединённом северном посёлке всем работникам удвоили зарплату. Что изменится в местном магазине при неизменном предложении, например, шоколада? Как изменилась бы его равновесная цена? Почему одна и та же шоколадка становится дороже? Увеличилась денежная масса, имеющаяся у населения этого посёлка, соответственно, повысился спрос, тогда как количество шоколада не увеличилось. В результате цена шоколада возросла. Но подорожание шоколада — это ещё не инфляция. Даже если подорожают все пищевые продукты в посёлке, это ещё не будет инфляцией. И даже если подорожают все товары и все услуги в этом посёлке, это тоже не будет инфляцией. **Инфляция** (лат. *influtio* — вздутие) — это долговременное устойчивое повышение общего уровня цен.

Инфляция — процесс обесценивания денег, который происходит в результате переполнения каналов обращения денежной массой.

Сколько же денег должно обращаться в стране, чтобы уровень цен был стабильным? **Уравнение обмена** — формула Фишера — позволяет рассчитать денежную массу, необходимую для обращения:

$$MV = PQ$$

где M — количество денег в обращении;

V — скорость обращения денег, которая показывает, сколько раз 1 р. переходит из рук в руки за определённый период времени;

P — средняя цена произведённых товаров;

Q — объём (количество) произведённых товаров;

PQ — стоимость произведённых товаров.

Уравнение обмена показывает, что ежегодно в экономике необходимо такое количество денег, которое требуется для оплаты стоимости произведённого ВВП. Если денег в обращение выпущено больше или возросла скорость их обращения, то уровень цен повышается.

Когда темпы роста денежной массы превышают темпы роста товарной массы:

$$MV > PQ,$$

равновесие восстанавливается в результате роста цен:

$$MV = P \uparrow Q.$$

Переполнение каналов денежного обращения может произойти, если увеличится скорость обращения денег. Такие же последствия могут быть вызваны сокращением предложения товара на рынке (падение объёма производства). Степень обесценения денег определяется на практике с помощью измерения темпов роста цен.

Чтобы уровень цен в экономике был стабилен, правительство должно поддерживать темп прироста денежной массы на уровне средних темпов роста реального ВВП.

Величину денежной массы регулирует Центральный банк.

Эмиссия денег — выпуск в обращение дополнительного количества денег.

2. Виды и причины инфляции

В зависимости от темпов инфляции условно различают инфляцию умеренную, галопирующую, высокую и гиперинфляцию.

Если цены растут медленно, примерно до 10 % в год, то обычно говорят об *умеренной*, «ползучей» инфляции.

Если же происходит быстрое и скачкообразное увеличение цен, измеряемое двузначными цифрами, то инфляция становится *галопирующей*. При такой инфляции цены растут не более чем в два раза.

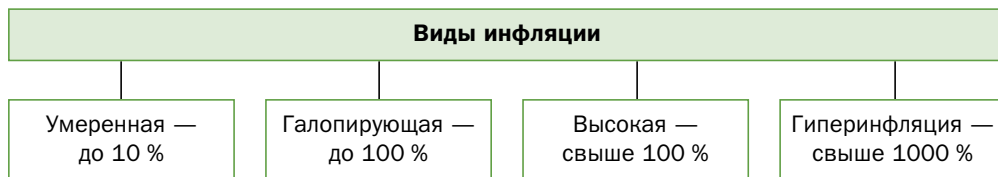
Высокой считается инфляция, при которой рост цен превышает 100 %, т. е. цены повышаются в несколько раз.

Гиперинфляция наступает в том случае, когда процесс обесценения денег становится самоподдерживающимся и неконтролируемым, а темпы роста цен и денежной массы делаются исключительно высокими. Гиперинфляция обычно связана с войной, экономической разрухой, политической нестабильностью, ошибочной политикой государства. Темпы роста цен при гиперинфляции превышают 1000 %, т. е. в течение года цены повышаются более чем в 10 раз.



Какой вид инфляции сложился в России сегодня?

Годовые темпы роста цен



Интенсивное развитие инфляции вызывает недоверие к деньгам, и поэтому возникает массовое стремление превратить их в реальные ценности, начинается «бегство от денег». Происходит повышение скорости обращения денег, что ведёт к ускорению их обесценения. Деньги перестают выполнять свои функции, а денежная система приходит в полное расстройство и упадок. Это находит своё проявление, в частности, во внедрении в оборот различных денежных суррогатов (талонов, карточек, других локальных денежных единиц), а также твёрдой иностранной валюты.

Распад денежной системы в результате гиперинфляции, в свою очередь, вызывает деградацию всего народного хозяйства. Падают производство, нарушаются нормальные хозяйственные связи, растёт доля бартерных сделок. Возникает стремление к экономическому обособлению различных регионов страны. Растёт социальная напряжённость. Политическая нестабильность проявляется в отсутствии доверия к правительству. Это тоже усиливает недоверие к деньгам и их обесценение.

Классический пример гиперинфляции — состояние денежного обращения Германии после Первой мировой войны в 1922–1923 гг., когда темпы роста цен достигли 30 000 % в месяц, или 20 % в день.

В различных экономических системах инфляция проявляется по-разному. В условиях рыночной системы цены формируются под действием спроса и предложения; обесценение денег носит открытый характер. В централизованной системе цены формируются директивно, инфляция является подавленной, скрытой. Её проявления — это дефицит товаров и услуг, рост денежных сбережений, развитие теневой экономики.

Факторы, вызывающие инфляцию, могут носить как денежный, так и неденежный характер. Рассмотрим главные из них.

Инфляция спроса является результатом чрезмерного роста расходов государства, потребителей и частных инвестиций. Другой причиной инфляции спроса может быть эмиссия денег для финансирования расходов государства.

При **инфляции издержек** цены растут в результате роста затрат фирм на производство. Например, рост заработной платы, если он опережает рост производительности труда, может стать причиной инфляции издержек.

В России в начале 90-х гг. прошлого века цены возросли более чем в 10 000 раз. Такая гиперинфляция была вызвана рядом причин. Так, после распада СССР произошёл разрыв хозяйственных связей, что привело к резкому удорожанию ресурсов. Отток ресурсов за границу также способствовал росту цен на них. Увеличение инфляции также было вызвано ценовой политикой монополий, особенно в топливно-энергетическом комплексе. Кроме того, именно в этот период на мировых рынках цены на ресурсы тоже значительно возросли. Одной из серьёзных причин инфляции

был рост военных расходов, связанных с военными действиями в Чеченской Республике. Эти обстоятельства вызвали необходимость дополнительной денежной эмиссии, не подкреплённой ростом товарной массы в стране. Ошибки в руководстве экономикой и возросшее недоверие населения к действиям правительства сказались на инфляционных ожиданиях частного сектора. Сформировался ажиотажный спрос на товары, что, в свою очередь, усилило рост цен.



Какие из перечисленных причин гиперинфляции в России являются причинами инфляции спроса, а какие — причинами инфляции издержек?



3. Социально-экономические последствия инфляции

В условиях инфляции замедляется экономический рост, поскольку фирмам становится недоступно приобретение новой, более совершенной техники. В этих условиях выгоднее сохранять устаревшее, но относительно дешёвое оборудование, старую трудоёмкую технологию. Инфляция также обесценивает накопленные фонды предприятий. Замедление экономического роста может перейти в стадию сокращения годового объёма производства. Инфляция, сопровождаемая падением производства, называется **стагфляцией**.

Ослабляется мотивация к высокопроизводительному труду, так как номинальный рост доходов не связан с затратами и результатами труда.

Возникают диспропорции в сфере производства, поскольку цены на разные товары в разных регионах страны растут неравномерно. Снижаются объёмы производства, эффективность использования ресурсов. Значительная часть финансового капитала перемещается из сферы производства в сферу чисто спекулятивных операций.

Инфляция усиливает риск, связанный с нововведениями, с долгосрочными вложениями. Становятся невыгодными долгосрочные проекты и долгосрочные кредиты. Рост банковского процента тормозит развитие производства и ведёт к дальнейшему росту цен.

Происходит перераспределение национального дохода:

- между разными сферами производства и между регионами;
- между государством и населением, получающим бумажные деньги, не обеспеченные товарами;
- между социальными группами населения, что находит выражение в углублении неравенства доходов.

Все слои общества опасаются последствий инфляции, но больше всего от инфляции страдают те, кто получает фиксированные доходы: пенсионе-

ры, студенты, государственные служащие и т. п. Высокая инфляция обесценивает вклады населения. Воздействие инфляции наиболее негативно сказывается на беднейших слоях населения. Результатом всех этих процессов является обострение социальных противоречий в обществе, забастовки, народные волнения, смена правительств.

Но не все и не всегда проигрывают от непредвиденного роста цен. В ряде случаев возможен выигрыш от инфляции. Например, вы взяли в долг 10 000 р. на год у своего друга. Если инфляция в стране прогнозируется в размере 10 % годовых, то с учётом этих процентов вы обещаете вернуть другу 11 000 р. В случае внезапного роста цен до 20 % годовых вы, возвращая долг в сумме 1100 р., окажетесь в выигрыше, поскольку покупательная способность денег, которые вы отдаёте, стала ниже, чем покупательная способность денег, которые вы брали (следовало бы вернуть 12 000 р.). Так же в выигрыше окажется человек, получивший кредит, оплативший какие-то услуги вперёд под фиксированный процент, если реальный рост цен превысит этот процент. В выигрыше оказывается и государство, когда оно не спешит индексировать пенсии, стипендии, зарплату бюджетникам в соответствии с темпом роста цен. В России, в новой редакции Конституции РФ (2020), предусмотрена обязательная индексация пенсии не реже 1 раза в год, а также индексация социальных пособий и иных социальных выплат.

Изучив причины и возможные последствия инфляции, мы видим, что денежная масса в стране не может изменяться по желанию отдельных людей, она должна быть тесно «привязана» к ВВП страны. Нарушение пропорций уравнения обмена может вызвать рост цен, причём не в один-два витка, а так называемую инфляционную спираль, которая, как маховик, раскручиваясь всё быстрее, может выйти из-под контроля правительства.

Выводы

- Инфляция — это всеобщий рост цен. Она вызвана превышением темпов роста денежной массы над товарной массой.
- По темпам роста цен различают четыре вида инфляции, из которых самой сильной является гиперинфляция, разрушающая экономику.
- Инфляция непредсказуема. Больше других страдают от её последствий люди с фиксированными доходами.

Основные понятия

Уравнение обмена
Типы инфляции
Виды инфляции

Стагфляция
Инфляция спроса
Инфляция издержек
Причины и последствия инфляции

Вопросы и задания

1. Что такое инфляция? Сколько определений этого термина вы можете привести?
2. Опираясь на формулу Фишера, назовите главные причины роста инфляции.
3. Перечислите виды инфляции и их признаки.
4. Каковы причины инфляции спроса?
5. Как формируется инфляция издержек? Каковы её признаки?
6. Назовите наиболее серьёзные последствия высокой инфляции.
7. Приведите пример, когда субъект может выиграть от непредвиденной инфляции.
8. Может ли деятельность профсоюзов, отстаивающих интересы рабочих, стать причиной инфляции? Если да, то о каком типе инфляции может идти речь?
9. «Инфляция — золотое время для возврата долгов». Объясните это высказывание петербургского сатирика К. Мелихана.

§ 21. Банковская система в России

В чём заключается деятельность банков, как они могут «создавать» деньги и каким образом Центробанк проводит антиинфляционную политику? Банковские организации заняли центральное место в экономике рыночного типа. Сегодня банки называют «пятой властью» (первые четыре — парламент, правительство, суд и пресса). Почему их власть так велика?

1. Из истории банковского дела

История возникновения банковского дела начинается с государств Древнего Востока — Вавилона и Египта. По мере того как роль денег постепенно переходила от разных товаров к металлам, возникла необходимость во взвешивании, маркировке, обмене и хранении слитков, а затем и монет. В Средние века банковское дело переживало второе рождение после застоя, наступившего в условиях заката Римской империи и нашествия варваров. В средиземноморских городах работали менялы — банкиры; они сидели за столами, покрытыми зелёным сукном (итал. *banco* — стол, прилавок). Некоторые предприимчивые банкиры заметили, что люди изымают не

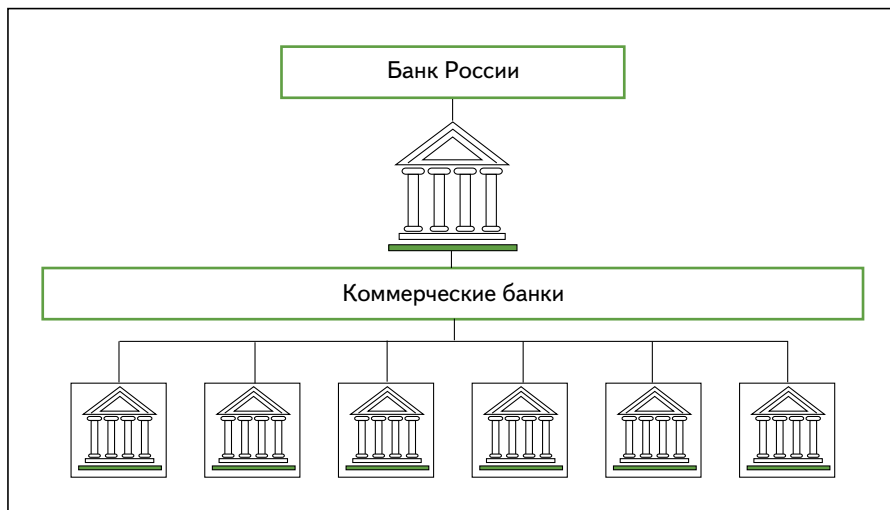
всё золото, сданное на хранение. Это позволило им предоставлять другим людям часть золота своих вкладчиков за плату — под проценты. Заёмщики, наряду с реальным золотом, нередко соглашались принимать и бумажные расписки. Термин «банкнота» переводится как «банковская расписка».

? Если банкира уличали в обмане, его могли побить, а стол — сломать. *Vanco rotta* — сломанная лавка. Какой современный термин напоминает вам это словосочетание?

В России положение о защите кредитора, об условиях возврата займа было определено ещё в статьях Русской Правды Владимира Мономаха. Первые банковские учреждения возникли в России как государственные (казённые). Частные коммерческие банки стали создаваться в царствование Екатерины II, когда появились первые бумажные деньги — ассигнации. Первый общественный заёмный городской банк был создан из добровольных пожертвований купцов, мещан и ремесленников в Вологде в 1785 г. Государственный банк России был образован в 1860 г.

С развитием рыночной экономики растёт объём банковских операций, роль банков в экономике становится всё более значительной. Эта роль состоит в том, что банки аккумулируют у себя временно свободные деньги фирм и граждан и предоставляют их в кредит тем, кто нуждается в деньгах.

Банковская система в России, как и во многих странах, является двух-уровневой: верхний уровень — это Центральный банк Российской Федерации (Банк России), нижний уровень — коммерческие банки.



2. Коммерческие банки

В России **коммерческими банками** являются частные юридические лица, которые могут принимать форму либо товарищества с ограниченной ответственностью, либо акционерного общества. Сегодня в России действует более тысячи коммерческих банков.

? Учитывая, что банк — коммерческое предприятие, сформулируйте, в чём заключается его главная экономическая цель.

Деньги, которые банк получил от фирм и граждан, должны работать, т. е. быть источником дохода.

Основными банковскими операциями являются: пассивные (по привлечению банковских ресурсов) и активные (по размещению банковских ресурсов), а также посреднические и доверительные (трастовые). Коммерческие банки должны получить от Центрального банка лицензию и разрешение на выполнение своих функций:

- привлечение депозитов (вкладов);
- выдача кредитов;
- расчётно-кассовые операции;
- доверительные (трастовые) операции;
- межбанковские операции: выдача кредитов друг другу и перевод денег;
- операции с ценными бумагами;
- операции с иностранной валютой.

Коммерческие банки *не* могут заниматься:

- производством материальных ценностей;
- торговлей материальными ценностями;
- страхованием имущества.

Таким образом, коммерческий банк может получать доход в виде процентов по кредитам, которые он выдаёт фирмам, гражданам и государству, а также дивидендов по акциям, процентов по облигациям и другим финансовым операциям. Прибыль банка — это разность между полученными доходами и всеми расходами банка.

Пример. Доходы коммерческого банка по кредитам, от дивидендов по акциям и процентов по государственным облигациям составили в сумме 200 млрд р.; при этом затраты банка на оплату процентов по вкладам, на оплату труда банковских работников, на аренду помещения составили 140 млрд р. В итоге банк получил прибыль в размере:

$$200 - 140 = 60 \text{ (млрд р.)}$$

? Верно ли утверждение, что прибыль банка — это разность процентов по кредитам и депозитам?

3. Банк России

Центральный банк Российской Федерации (Банк России, Центробанк) — главный банк страны. Он не зависит от исполнительных органов государственной власти, но подотчётен законодательной власти.

? Вспомните из курса обществознания, какие органы государственной власти являются исполнительными и какие — законодательными.

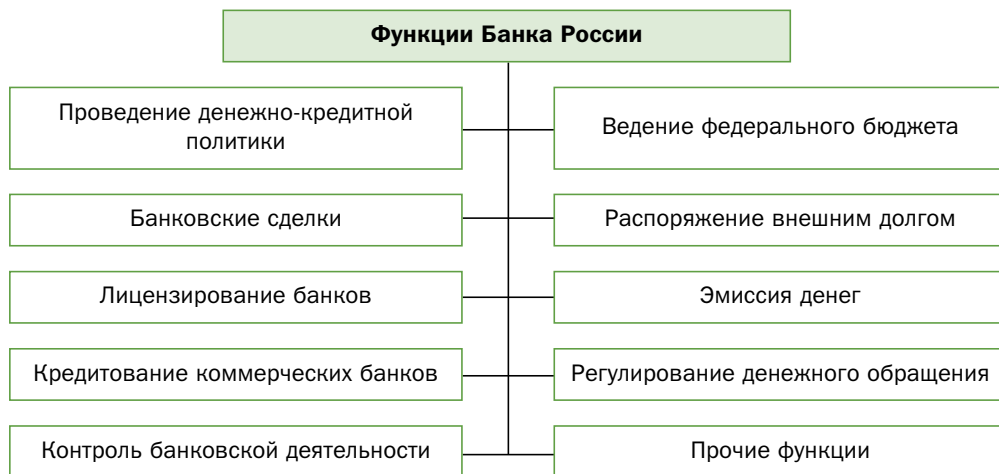
Банк России является юридическим лицом, он осуществляет свои расходы за счёт собственных доходов и не отвечает по обязательствам правительства, как и правительство не отвечает по обязательствам Банка России. Независимость позволяет руководителям Банка России быстро реагировать на изменение рыночной ситуации, принимать эффективные меры по поддержанию стабильности экономики.

Экономическими целями Банка России являются обеспечение устойчивости рубля, т. е. стабильность покупательной способности рубля и стабильность его курса по отношению к иностранным валютам, и содействие развитию и укреплению банковской системы России.

Банк России выполняет следующие функции:

- проводит монетарную (денежно-кредитную) политику России;
- участвует в законотворчестве;
- осуществляет монопольную эмиссию денег;
- устанавливает для коммерческих банков нормы обязательных резервов;
- назначает временных управляющих коммерческими банками;
- является хранителем золотовалютных резервов страны: обслуживает международные финансовые операции страны, контролирует состояние платёжного баланса, выступает покупателем и продавцом на международных валютных рынках;
- является межбанковским расчётным центром;
- выдаёт кредиты коммерческим банкам.

Банк России не выдаёт кредиты физическим лицам и предприятиям.



4. Монетарная политика Банка России

Монетарная (денежно-кредитная) политика — это меры по регулированию денежной массы в целях стабилизации экономики. Проводником монетарной политики государства выступает Банк России. Монетарная политика направлена на сглаживание циклических колебаний: повышение деловой активности в экономике страны во время спада и предотвращение высокой инфляции, «перегрева экономики» во время экономического бума.

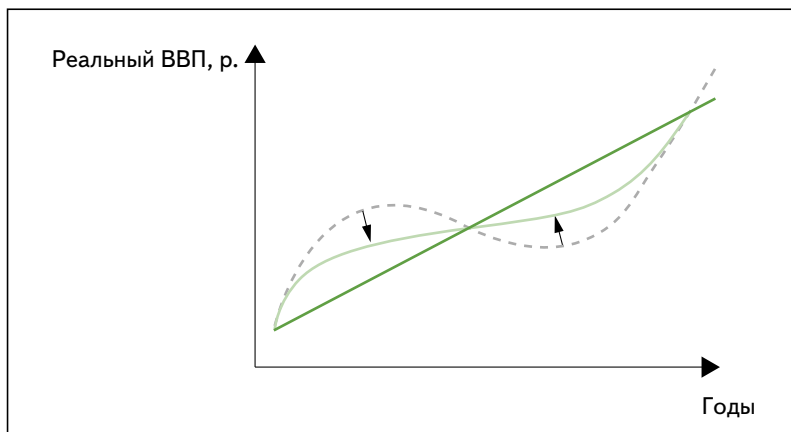
Цели монетарной политики:

- экономический рост;
- полная занятость;
- стабильность цен.

Рассмотрим, каким образом Банк России может осуществить такую антициклическую политику. Как и любой центробанк в стране с рыночной экономикой, он контролирует количество денег, находящихся в обращении. Если Банк России обеспечит увеличение денежной массы в стране, это будет способствовать повышению спроса на товары и услуги как со стороны граждан, так и со стороны фирм. В итоге произойдёт оживление экономической активности в стране, производство товаров и услуг расширится, появятся новые рабочие места, занятость возрастёт, соответственно, безработица снизится. Такая политика называется *стимулирующей*, она уместна в период спада, депрессии. Напротив, *сдерживающую* политику необходимо проводить в условиях бума экономической активности, когда в условиях полной занятости слишком высокий спрос уже не приводит к росту производства, а только вызывает всеобщий рост цен. В такой

фазе экономического цикла Банк России может обеспечить сокращение денежной массы в стране, в результате чего снизится спрос на товары и услуги, цены на них перестанут расти.

Эффективная монетарная политика Банка России способствует сокращению амплитуды колебаний экономических циклов.



Какие инструменты имеет Центробанк для регулирования денежной массы в стране? Есть три основных *инструмента* монетарной политики:

- изменение нормы обязательных банковских резервов;
- изменение учётной ставки Банка России;
- операции на открытом рынке.

1. Норма обязательных банковских резервов. Коммерческие банки предоставляют кредиты юридическим и физическим лицам. Это ведёт к увеличению денежной массы, находящейся в обращении. Но, выдавая кредиты, проводя собственную инвестиционную политику, банк рискует потерять значительную часть своих финансов. В этом случае он не сможет вернуть деньги своим вкладчикам. Слух о том, что один из коммерческих банков прекратил выплаты денег вкладчикам, может породить панику и вызвать массовые изъятия вкладов в других банках. В итоге по принципу домино всю банковскую систему охватит кризис.

Для обеспечения устойчивости банковской системы в целом и собственной безопасности банки должны формировать денежные резервы — определённую фиксированную часть депозитов, которые нельзя выдавать в кредит и которые защитят коммерческие банки от банкротства в случае массового изъятия вкладов. Эти деньги вносятся в Банк России как вклад конкретного коммерческого банка. Получив в своё распоряжение значительные финансовые ресурсы, Банк России способен оказать финан-

совую поддержку банкам, оказавшимся на грани банкротства. Таким образом, Банк России имеет возможность предотвратить кризис банковской системы.

Норма банковского резерва — это часть имеющихся у банка денег, которые он не имеет права выдавать в виде кредитов. Нормы обязательных банковских резервов одинаковы для всех коммерческих банков. Устанавливает нормы банковских резервов Банк России.

Чем выше норма банковских резервов, тем больше денег коммерческий банк обязан хранить в виде резервов и, соответственно, тем меньше денег банк может выдать в кредит физическим и юридическим лицам. Это ведёт к удорожанию кредитов (повышению процентов за кредиты) и сокращению числа заёмщиков. Таким образом, если норма обязательных банковских резервов увеличивается, денежная масса в стране уменьшается: зависимость между нормой банковских резервов и денежной массой *обратная*.

Если Банк России намерен проводить *стимулирующую политику*, он сокращает норму банковских резервов, предоставляя коммерческим банкам возможность выдавать больший объём кредитов и увеличивая денежную массу в стране. В итоге спрос на товары и услуги возрастет, это будет стимулировать развитие их производства, появятся новые рабочие места, безработица сократится. При *сдерживающей политике* денежную массу в обращении необходимо сократить, т. е. объём выдаваемых кредитов следует уменьшить, а объём резервов — увеличить.

2. Учётная ставка процента — это ставка процента, по которой Банк России предоставляет кредиты коммерческим банкам. Для коммерческого банка учётная ставка процента — это плата за получение кредита. Чем выше плата, тем меньший объём кредитов смогут взять банки, соответственно, и сами банки смогут предоставить меньше кредитов. В итоге денежная масса в стране сократится. При низкой учётной ставке коммерческим банкам становится выгодно брать кредиты у Центробанка, и кредитные возможности банков увеличиваются.

3. Операции на открытом рынке представляют собой покупку и продажу Банком России государственных ценных бумаг. Примером государственных ценных бумаг могут быть государственные краткосрочные облигации (ГКО). Когда Банк России покупает ГКО у населения, фирм, банков, он получает ценные бумаги в обмен на деньги; количество денег в обращении в этом случае увеличивается. При продаже ГКО Банк России изымает часть денежной массы из обращения, оставляя взамен ценные бумаги; количество денег в этом случае сокращается. Операции на открытом рынке — гибкий инструмент монетарной политики. Банк России пользуется этим инструментом постоянно, в отличие от банковских резервов и учётной ставки процента, которые он меняет редко.

Монетарная политика Банка России

Инструменты монетарной политики	Стимулирующая монетарная политика	Сдерживающая монетарная политика
Норма банковского резерва	↓	↑
Учётная ставка	↓	↑
Операции на открытом рынке	Покупка облигаций	Продажа облигаций

Сочетая применение этих трёх инструментов монетарной политики, Центробанк имеет возможность регулировать денежное обращение и способствовать стабильности экономики страны.

5. Другие финансовые организации

На финансовом рынке, помимо банков, действуют страховые организации, паевые инвестиционные фонды, негосударственные пенсионные фонды. Они не являются банками, не могут принимать депозиты и выдавать кредиты. Однако эти организации привлекают деньги домохозяйств и фирм, предоставляют им услуги по страхованию, финансовому управлению и пенсионному обеспечению, поэтому они являются финансовыми организациями.

Страхование — это защита интересов застрахованных лиц при наступлении страховых случаев за счёт уплаченных взносов.

Страхование компенсирует денежные расходы граждан на восстановление потерянного имущества и здоровья. Предметом страхования может быть жизнь и пенсионное обеспечение, здоровье и трудоспособность, жилище, автомобиль и другое имущество. Различают страхование обязательное и добровольное. Примеры обязательного страхования:

- обязательное *пенсионное* страхование осуществляет Пенсионный фонд РФ;
- обязательное *медицинское* страхование осуществляет Федеральный фонд обязательного медицинского страхования;
- на производстве работодатель обеспечивает обязательное *социальное* страхование своих сотрудников от несчастных случаев и профессиональных заболеваний, при этом страховщиком выступает Фонд социального страхования РФ и др.

Примеры добровольного страхования:

- страхование *личной* безопасности от аварий, несчастных случаев, от стихийных бедствий;
- страхование *имущественных* отношений: имущества, вкладов, предпринимательской деятельности, акционеров и т. д.;
- *транспортное* страхование автотранспортных средств, средств воздушного, водного транспорта, грузов.



Что такое КАСКО и ОСАГО? Какой из этих видов страхования обязателен и для кого?

Страховые организации выполняют следующие функции:

- оценивают риски, т. е. предполагаемые события, в случае наступления которых производится страхование (пожар, ограбление, автомобильная авария и др.);
- собирают страховые взносы от частных лиц или фирм;
- определяют размер ущерба в случае наступления страхового случая;
- производят страховые выплаты.

Паевые инвестиционные фонды, ПИФы — объединение средств для совместного приобретения активов и раздела рисков, прибыли, убытков. Собственниками имущества ПИФа являются пайщики — люди и фирмы, которые объединяют свои средства и нанимают компанию для управления паями. Управляющая компания, являясь профессиональным участником финансового рынка, в состоянии извлечь более высокую прибыль от финансовых операций, чем индивидуальные инвесторы.

Управляющая компания: приобретает ценные бумаги (государственные облигации, акции и облигации частных фирм), продаёт акции ПИФа всем желающим, получает часть прибыли от финансовых операций.

Пайщики получают доход на свои паи в зависимости от размера дохода ПИФа.

Негосударственные пенсионные фонды (НПФ) — это некоммерческие организации социального обеспечения. НПФ занимаются пенсионным обеспечением участников фонда, предоставляют им услуги по обязательному пенсионному страхованию. Средства НПФ складываются из регулярных пенсионных взносов. Эти средства размещаются в ценные бумаги и долгосрочные кредиты. Полученные доходы используются для выплаты пенсий.

Выводы

- Банки — это финансовые посредники между кредиторами и заёмщиками.
- В России банковская система двухъярусная: Банк России и коммерческие банки.
- Целью коммерческих банков является получение прибыли.

- Цели Банка России: обеспечение устойчивости рубля и содействие укреплению банковской системы.
- Центробанк проводит монетарную политику для стабилизации экономики.

Основные понятия

Коммерческий банк

Центральный банк Российской Федерации (Центробанк, Банк России)

Норма банковских резервов

Учётная ставка процента

Операции на открытом рынке

Страхование

Паевой инвестиционный фонд

Негосударственный пенсионный фонд

Вопросы и задания

1. Какие функции выполняет Банк России?
2. Какая организация в России обладает монопольным правом эмиссии денег?
3. Могут ли граждане и предприятия получить кредит в Центральном банке РФ?
4. Какими видами деятельности не имеют права заниматься коммерческие банки в России?
5. Какая функция коммерческих банков способствует увеличению денежной массы в обращении?
6. Зачем нужны нормы банковских резервов?
7. Какие организации составляют финансовую систему России?
8. Используя интернет-ресурсы, установите, какие страховые компании действуют в вашем регионе.

§ 22. Роль государства в экономике

Обсуждая последние новости, мы одобряем или не одобряем действия правительства нашей страны и правительств других стран. Иногда мы даже представляем себя в роли государственного деятеля и говорим: если бы президентом был я... Кстати, что бы вы сделали в этом случае? На что вы стали бы тратить государственные деньги? Какие бы выбрали приоритеты? Чем должно заниматься правительство, а в какие вопросы оно не должно вмешиваться?

Экономисты по-разному оценивают роль государства в экономике: одни считают, что государство должно как можно меньше вмешиваться

в экономику и устанавливать только общие правила поведения экономических агентов, поскольку рынок сам достигнет оптимального состояния экономики. Другие считают, что рынок, имеющий «провалы», нуждается в активном вмешательстве государства.

1. Экономические функции государства

Государство — это экономический агент, власть которого распространяется на остальных экономических агентов — домохозяйства и фирмы на всей территории страны. Государство представляют все органы государственного управления, обладающие законодательной, исполнительной или судебной властью. В России — это Президент, Государственная Дума, Правительство, министерства и ведомства, Верховный Суд и судебная система, мэрии, управы и пр.

В рыночной экономике государство обеспечивает выполнение законов, предоставляет товары и услуги общественного пользования, проводит социальную политику, обеспечивает стабильность и экономический рост.

Законодательное регулирование. Законодательные органы государственной власти принимают законы, регулирующие отдельные сферы экономики. Государство защищает права собственности, поддерживает конкуренцию, проводит экологическую политику, поддерживает малое предпринимательство и др.

Предоставление общественных товаров и услуг. Государство должно производить товары и услуги, в которых нуждаются граждане и фирмы, но производством которых в условиях рыночной экономики никто, кроме государства, заниматься не будет: содержание армии и полиции, органов управления законодательной, исполнительной и судебной власти, часть услуг здравоохранения, образования, культуры, государственных СМИ и пр.

Проведение социальной политики. Государство выплачивает пенсии, пособия по безработице, дотации малоимущим семьям, дотации многодетным семьям и пр.

Обеспечение экономического роста. Важной экономической функцией государства является инвестирование в проекты государственной важности, фундаментальную науку, энергетику, промышленность, строительство, сельское хозяйство, инфраструктуру.

Стабилизация экономики. Государство должно предотвращать резкие спады производства и не допускать «перегрева экономики», высокой инфляции; обеспечивать высокую занятость, баланс экспорта и импорта; корректировать случаи несостоятельности рынка, внешних эффектов и др.

Экономические функции государства можно представить в виде схемы.

Законодательное регулирование	Защита прав собственности, поддержка конкуренции, экологическая политика, поддержка малого бизнеса
Проведение социальной политики	Пенсии, пособия по безработице, дотации малоимущим семьям, дотации многодетным семьям
Предоставление общественных товаров и услуг	Оборона, здравоохранение, образование, культура, СМИ, пр.
Обеспечение экономического роста	Фундаментальная наука, энергетика, промышленность, строительство, сельское хозяйство, инфраструктура
Стабилизация экономики	Преодоление инфляции, обеспечение полной занятости, баланс экспорта и импорта, корректировка случаев несостоятельности рынка, пр.

Какие функции берёт на себя Российское государство? В новой редакции Конституции РФ 2020 г. предусмотрено, что Правительство РФ обеспечивает проведение в РФ единой социально ориентированной государственной политики в области культуры, науки, образования, здравоохранения, социального обеспечения; создаёт условия для устойчивого экономического роста страны и повышения благосостояния граждан; содействует развитию предпринимательства и частной инициативы; обеспечивает снижение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду.



- В начале курса в разделе «Смешанная экономическая система» (§ 3) мы говорили о свойствах общественных благ и о том, почему государство берёт на себя производство общественных товаров и услуг, а также решение проблем внешних эффектов. Вспомните, какие примеры и аргументы были приведены.
- Наполеон Бонапарт говорил: «Народ, не желающий кормить свою армию, вскоре будет вынужден кормить чужую». Какой экономической функции государства соответствует эта фраза?



2. Финансы государства

Государственный бюджет — это финансовый план ожидаемых доходов и расходов государства за год. Он составляется правительством и принимается парламентом (Государственной Думой).

Сальдо бюджета — это разность между доходами и расходами бюджета.

Бюджет *сбалансирован*, если доходы равны расходам. Сальдо сбалансированного бюджета равно нулю.

Бюджет *дефицитный*, если расходы выше доходов. Дефицитный бюджет имеет отрицательное сальдо.

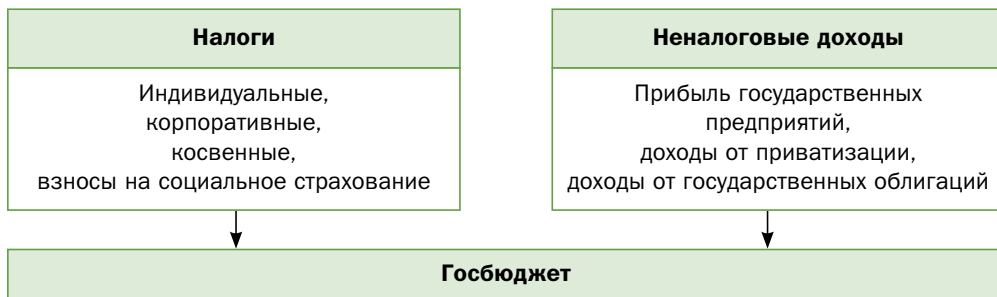
Бюджет *профицитный*, если расходы ниже полученных доходов. Профицитный бюджет имеет положительное сальдо.

Бюджетная система Российской Федерации — это основанная на экономических отношениях и государственном устройстве Российской Федерации, регулируемая нормами права совокупность федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, местных бюджетов и бюджетов государственных внебюджетных фондов.

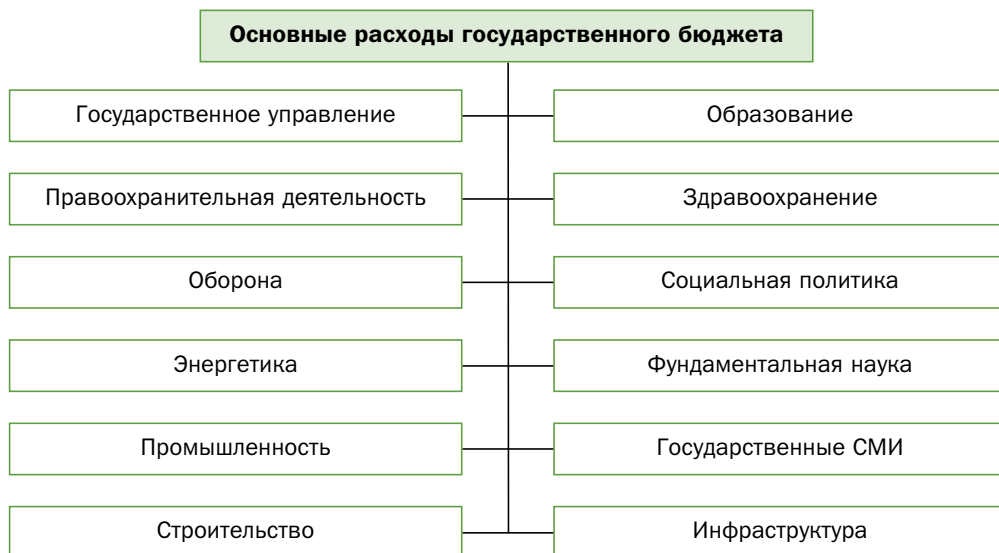
Консолидированный бюджет — свод бюджетов всех уровней бюджетной системы РФ на соответствующей территории. Консолидированный бюджет образуют федеральный бюджет и свод бюджетов других уровней бюджетной системы РФ.

Главный источник доходов государства — налоги: индивидуальные налоги, которые уплачивают физические лица, корпоративные налоги, поступающие от фирм, косвенные налоги (подробнее о них пойдёт речь ниже) и взносы на социальное страхование. Кроме того, в государственную казну поступают неналоговые доходы: прибыль государственных предприятий, доходы от приватизации предприятий, доходы от государственных облигаций.

Доходы государственного бюджета



Государство перераспределяет через бюджет полученные доходы и направляет средства на обеспечение задач и функций государства и местного самоуправления. Основными направлениями расходов в российском бюджете являются: национальная оборона, правоохранительная деятельность, судебная власть и государственное управление, экономическое развитие различных отраслей хозяйства, социальное обеспечение, обслуживание государственного долга.



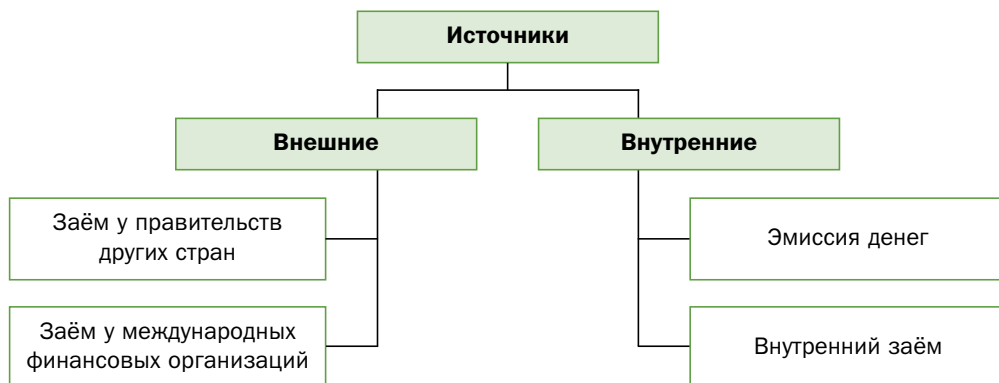
Если расходы госбюджета превышают доходы, государство вынуждено изыскивать источники финансирования дефицита бюджета.

Различают внутренние и внешние источники финансирования дефицита государственного бюджета.

Внешние источники финансирования: займы у правительств других стран или у международных финансовых организаций на коммерческих или льготных условиях.

Внутренние источники финансирования: эмиссия денег или внутренние займы (выпуск государственных облигаций).

Источники финансирования дефицита бюджета представлены в виде схемы.



Использование любого из указанных источников финансирования дефицита бюджета имеет свои недостатки. Так, если государство использует внешние источники финансирования, то образуется государственный долг перед правительствами других стран или международными финансовыми организациями, бремя бюджетного дефицита переносится на будущие поколения.

Если государство использует для финансирования дефицита бюджета эмиссию денег, то увеличение денежной массы в обращении ведёт к повышению уровня инфляции.

В случае выпуска государственных облигаций образуется государственный долг перед гражданами и предприятиями внутри страны, бремя бюджетного дефицита тоже переносится на будущие поколения.



Как вы понимаете выражение «бремя бюджетного дефицита переносится на будущие поколения»?



3. Бюджетно-налоговая политика государства

Бюджетно-налоговая (фискальная) политика — это деятельность государства в области регулирования государственных расходов и налогообложения. Цели фискальной политики государства совпадают с целями монетарной политики. Такими целями являются:

- экономический рост;
- полная занятость;
- стабильность цен.

Для проведения фискальной политики государство может использовать два *инструмента*:

- изменение государственных расходов;
- изменение ставок налогообложения.

Аналогично монетарной, фискальная политика должна быть стимулирующей во время спада экономической активности и сдерживающей во время экономического бума и высокой инфляции.

Пример. Рассмотрим, как проводится *стимулирующая* политика, направленная на оживление экономики, т. е. увеличение ВВП страны.



Напомним, в состав ВВП входят расходы потребителей (C), инвестиции фирм (I), расходы государства на товары и услуги (G) и чистый экспорт (Xn).

1. Государство может снизить налоги на граждан и на фирмы. Так, сокращение налога на доходы физических лиц ведёт к увеличению той части доходов, которая остаётся в распоряжении людей. Тогда потребление до-

мохозяйств растёт. Аналогично, снижение налога на прибыль фирм увеличивает чистую прибыль фирм, остающуюся в их распоряжении; эту прибыль они могут инвестировать, например, в покупку нового оборудования.

2. Государство может увеличить расходы на товары и услуги. Например, государство может повысить зарплату бюджетникам, пенсии, социальные пособия; может увеличить расходы на государственное строительство жилья, школ, больниц, дорог; может финансировать национальные проекты по развитию здравоохранения, образования, сельского хозяйства, наукоёмких производств и др. Инструменты фискальной политики — изменение налогов и государственных расходов — могут применяться одновременно.

Таким образом, принятые меры будут содействовать увеличению ВВП страны, спад будет приостановлен, экономика не будет подвержена кризису.

Пример. Когда в стране наблюдается экономический бум, инфляция слишком высока, требуется применение *сдерживающей* политики правительства.

1. Государство увеличивает налоги. При этом доход, остающийся в распоряжении людей, и чистая прибыль фирм сократятся. Соответственно, расходы потребителей и инвестиции фирм будут ниже.

2. Государство сокращает расходы. Правительство замораживает зарплату госслужащих, сокращает количество госслужащих и т. д. В условиях роста цен реальные доходы населения понизятся, соответственно, потребительские расходы станут ниже. Правительство может также сократить армию или отказаться от ряда проектов. В результате таких мер резкий рост ВВП будет приостановлен, а вместе с ним будет остановлен и рост цен.

Применение фискальной политики может оказаться в порочном круге взаимоисключающих способов стабилизации. Борясь с инфляцией, правительство может вызвать падение производства и увеличение безработицы, а попытки государства стимулировать развитие производства могут привести к росту инфляции. Во всяком случае, необходимым условием решения этих проблем является дееспособность государственной власти, её авторитет, управляемость всех звеньев экономики.

Фискальная политика государства

Инструменты фискальной политики	Стимулирующая фискальная политика	Сдерживающая фискальная политика
Государственные расходы	↑	↓
Налоги	↓	↑

В 2008 г. впервые в истории разразился *всемирный* финансово-экономический кризис. Этот кризис отличается как глубиной, так и размахом. Нестабильность финансовых систем, обострение социальных проблем и замедление экономического роста вынуждают правительства многих стран принимать меры по стимулированию экономики. Ниже в качестве иллюстрации экономической роли государства приведены основные направления Антикризисной программы России, в которой, в частности, говорится, что Правительство будет осуществлять свою деятельность, исходя из семи основных приоритетов.

1. Усиление социальной защиты населения, повышение объёмов и качества оказания социальных и медицинских услуг. Особое внимание будет уделено сохранению трудового потенциала. Будут расширены масштабы деятельности государства в сфере занятости, противодействия росту безработицы, развития программ переобучения и переподготовки работников, находящихся под риском увольнения.

2. Промышленный и технологический потенциал будущего роста должен быть сохранён и усилен. В то же время предприятия, повысившие в последние годы свою эффективность, инвестировавшие в развитие производства и создание новой продукции, повысившие производительность труда, вправе рассчитывать на содействие государства в решении наиболее острых проблем, вызванных кризисом.

3. В условиях кризиса важную роль будет играть внутренний спрос со стороны государства (госинвестиции и госзакупки), но по мере стабилизации ситуации частный спрос (спрос на жильё, потребительские товары, услуги отечественного производства) будет играть всё большую роль, и Правительство предпримет все необходимые меры к его наращиванию.

4. Главная модернизационная задача Правительства — смена сложившейся модели экономического роста. Вместо «нефтяного» роста мы должны перейти к инновационному. Будут поддержаны важнейшие инновационные процессы, включая повышение энергоэффективности экономики. Инвестиции в человеческий капитал — образование и здравоохранение — будут ключевым приоритетом бюджетных расходов.

5. Бизнес должен быть освобождён от давления чиновников. Правительство продолжит снижать административные барьеры для бизнеса, являющиеся одной из причин коррупции.

6. Правительство предпримет все необходимые усилия для нормализации функционирования финансового сектора, включая банковскую и страховую системы, фондовый рынок, для поступления в экономику необходимых объёмов инвестиционных ресурсов.

7. Правительство и Центральный банк будут реализовывать ответственную макроэкономическую политику, направленную как на поддер-

жание макроэкономической стабильности, так и на создание необходимых условий, стимулов для роста сбережений населения, повышения инвестиционной привлекательности экономики, на формирование качественно иной модели экономического развития.

Таким образом, в условиях кризиса ключевую роль будет играть бюджетная политика Правительства.

Выводы

- Экономическая роль государства: законодательное регулирование, обеспечение общественных благ, проведение социальной политики, обеспечение стабильности и экономического роста.
- Госбюджет — план государственных расходов и доходов.
- Цель государственной экономической политики — решение проблем инфляции, спада, безработицы.
- Инструментами стабилизации являются изменение государственных расходов и изменение ставок налогообложения.

Основные понятия

Государственный бюджет

Сальдо госбюджета

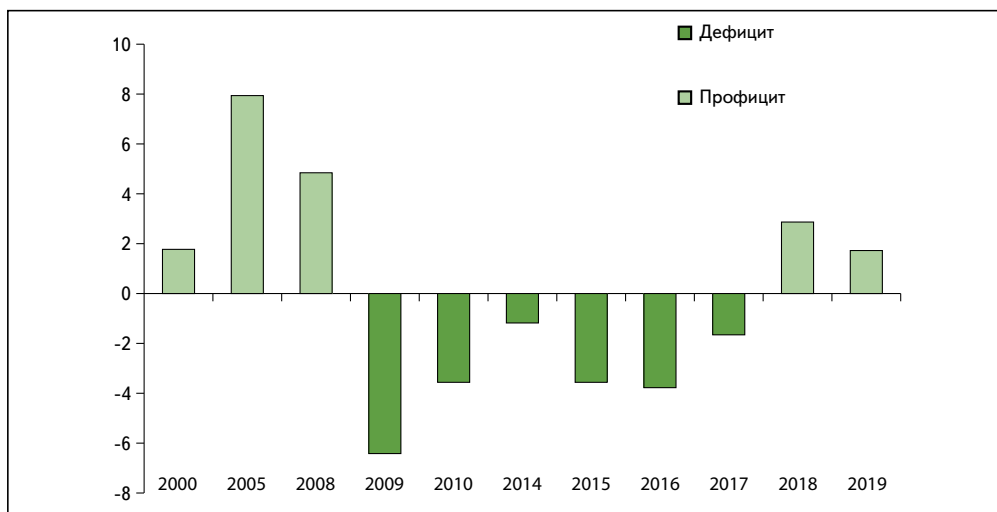
Бюджетно-налоговая (фискальная) политика

Вопросы и задания

1. Назовите экономические функции государства.
2. Какие признаки отличают общественные товары и услуги?
3. Что является главным источником доходов государства?
4. Перечислите основные статьи расходов государства.
5. Ознакомьтесь с поправками в Конституцию РФ, принятыми в 2020 г., статья 114, часть 1, п. «в». Какие социально-экономические функции должно выполнять Правительство РФ? Сопоставьте их с прежним содержанием данной статьи. Сделайте вывод о том, какие направления экономической политики получают приоритетное развитие.
6. Используя интернет-ресурсы, найдите данные о расходах и доходах бюджета вашего региона за прошлый год. Сделайте вывод о его сбалансированности.
7. Используя информацию с сайта Федеральной службы государственной статистики, найдите данные о федеральном бюджете РФ за последний год. Оцените сальдо бюджета этого года.

- Изучите данные о дефиците и профиците бюджета РФ за 20 лет.
- Проанализируйте, в какие годы доходы госбюджета росли быстрее, чем расходы?
- Какие причины могли вызвать ухудшение бюджетного сальдо?

Отношение профицита (дефицита) бюджета РФ к ВВП (%)



§ 23. Налоги

Есть такая шутка: «Кому много дано, с того много и вычтут». В самом деле, почему мы должны платить налоги? Есть ли у нас гарантия, что государство поставит нам товары или услуги на сумму уплаченного налога? Говорят, человек относится к выплате налогов так же, как он относится к своему государству.

Государственная власть во все времена нуждалась в средствах для своего содержания. Методы привлечения этих средств менялись в зависимости от уровня развития общества. В древнейшие времена затевались войны, как только в казне кончались деньги. Победители устанавливали разовые контрибуции либо регулярный сбор дани.

С развитием цивилизации государства научились защищаться от враждебных соседей, создавая регулярные армии, для содержания которых нужны были средства. Первым обоснованием для регулярных плате-

жей государству стали военные расходы. Таким образом, налоговая система появилась одновременно с появлением государства.

Первый период развития налогообложения (Древний мир и Средние века) характеризуется неорганизованностью и случайным характером этого процесса. Налоги существовали в виде бессистемных платежей, преимущественно в натуральной форме. По мере укрепления товарно-денежных отношений налоги принимали в основном денежную форму.

Второй период — конец XVII в. — налоги становятся основным источником доходной части бюджета многих государств. В этот период появляются налоговые системы, содержащие прямые и косвенные налоги.

Третий период — после Первой мировой войны — связан со становлением научно-теоретических воззрений на природу налогообложения. В этот период заложен фундамент современной налоговой системы; изменения налогообложения приобрели системный и комплексный характер.

Современная налоговая система — продукт длительного развития цивилизации. Она тесно связана как с развитием экономики, так и с развитием государства. «В налогах воплощено экономически выраженное существование государства» (К. Маркс).

Налоги — это обязательные безвозмездные платежи в государственный бюджет и местные бюджеты, осуществляемые физическими и юридическими лицами в соответствии с законом. Порядок и условия налогообложения в России определяются Налоговым кодексом РФ и другими законодательными актами государства.

1. Функции налогов

Налоги являются главным источником доходов государства. Но это не единственная их функция. Налоги выполняют следующие функции: фискальную, регулирующую, контрольную, социальную и поощрительную.

1. Фискальная функция. Налоги формируют доход государственного бюджета (*фиск* — казна). Фискальная функция — одна из основных функций и реализует главное общественное предназначение налогов — формирование доходной части государственного бюджета, необходимой для осуществления функций государства (оборонных, социальных, природоохранных и т. д.). Во всех государствах налоги в первую очередь выполняют фискальную функцию, т. е. обеспечивают финансирование общественных расходов, расходов государства.

2. Регулирующая функция. Налоги могут стимулировать или дестимулировать развитие субъектов. Эта функция заключается в том, что через систему различных налоговых ставок и льгот можно влиять на процесс общественного воспроизводства: содействовать или препятствовать раз-

витию отдельных отраслей, расширять или сокращать платёжеспособный спрос населения и т. д.

Рыночная экономика в современном мире — это регулируемая экономика. И центральное место в системе государственного регулирования принадлежит налогам. Изменяя условия налогообложения, налоговые ставки, вводя и отменяя налоги, государство создаёт условия для развития определённых отраслей и производств. Например, для поддержания развития малого бизнеса — особые льготные условия налогообложения.

Выделяют несколько подфункций: стимулирующую, дестимулирующую и воспроизводственную.

Стимулирующая подфункция призвана поддерживать и стимулировать развитие полезных для общества экономических явлений и реализуется через систему льгот и освобождений.

Дестимулирующая подфункция направлена на установление через налоговое бремя препятствий для развития нежелательных экономических процессов посредством введения повышенных ставок налогов, повышенных таможенных пошлин, акцизов и др.

Воспроизводственная подфункция предназначена для аккумуляции средств на восстановление используемых ресурсов: налог на добычу полезных ископаемых, плата за пользование недрами, водный налог, лесной налог, плата за загрязнение окружающей среды и др.

3. Контрольная функция. Налоги позволяют контролировать деятельность фирм и учитывать доходы граждан. Благодаря контрольной функции оценивается эффективность налоговой системы и выявляется необходимость внесения изменений в налоговую систему и бюджетную политику. С помощью налогов государство также может контролировать финансовые потоки, финансово-хозяйственную деятельность организаций и граждан, источники доходов и соизмеримые с ними расходы.

4. Социальная функция. Налоги сглаживают неравенство доходов. Эта функция состоит в перераспределении общественных доходов между различными категориями населения в целях сглаживания неравенства между ними. Это достигается путём установления различных ставок налогообложения и полного или частичного освобождения от налогов граждан, нуждающихся в социальной защите. Принцип взимания налогов в зависимости от возможности налогоплательщика породил системы налогообложения: прогрессивную, пропорциональную, регрессивную.

5. Поощрительная функция отражается в признании государством особых заслуг определённых категорий граждан перед обществом. Например, налоговые льготы участникам Великой Отечественной войны, Героям СССР и России, участникам ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС и т. д.

Перечисленные функции налоговой системы носят условный характер. Налоги устанавливаются с целью получения бюджетного дохода. С помощью налогов государство способно регулировать экономические явления и создавать благоприятные и конкурентоспособные условия для различных деловых сфер.



- С какой функцией налогов связано происхождение известного афоризма «*Деньги не пахнут*», когда древнеримский император Веспасиан ввёл налоги на отхожие места?
- «*Налоги — зеркало экономики*». Что означает эта фраза, с какой функцией налогов она связана?

Уплата любого налога представляет собой организованный определённым образом процесс, включающий следующие элементы.

Субъект налога — лицо, обязанное по закону уплачивать налог. Субъектами налога являются физические и юридические лица.



Вспомните, что такое «физические лица» и «юридические лица». Какими признаками обладает юридическое лицо?

Физические лица обязаны заполнять налоговую декларацию. **Налоговая декларация** — это заявление налогоплательщика обо всех доходах, полученных им за определённый период (как правило, за год), а также обо всех скидках и льготах, которые ему причитаются.

Объект налога — это то, что облагается налогом: имущество, прибыль, доход.

Налоговая база — объект налога в стоимостном выражении.

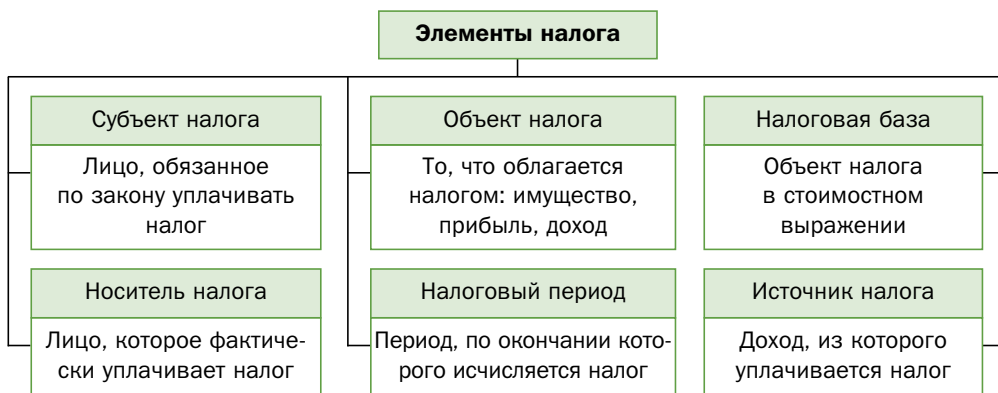
Носитель налога — это лицо, которое фактически уплачивает налог. Носитель налога может не совпадать с субъектом налога. Например, в случае с косвенными налогами, о которых речь пойдёт ниже, субъектами налога являются продавцы, а носителями, непосредственно оплачивающими налог, — покупатели.

Налоговый период — это период, по окончании которого исчисляется налог.

Источник налога — это доход, из которого уплачивается налог. Источник налога может совпадать с объектом налога, например если это заработная плата или гонорар. Но бывают ситуации, когда, прежде чем стать собственником какого-то имущества, надо заплатить налог. Тогда источник налога и объект налога не совпадают. Пример: вы выиграли в лотерею автомобиль или квартиру. Пока вы не заплатите налог на выигрыш из какого-то другого источника (а эта сумма может оказаться внушительной), вы не сможете получить выигрыш.



Когда недобросовестные налогоплательщики занижают свой доход, то какой элемент налога при этом искажается?



2. Виды налогов

Налоги **прямые** устанавливаются непосредственно на доход или имущество. В случае прямого налога субъект налога и носитель налога — это одно лицо (тот, кто обязан по закону платить налог, и тот, кто фактически его оплачивает). Примеры прямых налогов:

- налог на доходы физических лиц;
- налог на прибыль фирм;
- налог на дарение;
- налог на выигрыш и др.

Налоги **косвенные** включаются в виде надбавки в цену товара. В случае косвенного налога субъект налога и носитель налога не совпадают.

Примеры косвенных налогов:

- налог на добавленную стоимость (НДС);
- акциз;
- таможенный тариф;
- государственная пошлина и пр.

Разберём механизм взимания косвенного налога на примере акциза. Вероятно, вы слышали об акцизных марках. **Акцизы** — это косвенные налоги на товары повышенного спроса и высокой доходности. Акцизами облагаются: чай, кофе, алкоголь, табак, бензин, ковры, хрусталь, кинотеатры и многие другие товары и услуги.

Продавец товара при реализации получает с покупателя не только стоимость товара, но и суммы акциза, которые затем нужно перечислить государству. Эти налоги переносят реальное налоговое бремя на конечного потребителя. При косвенном налогообложении налогоплательщиком является продавец товара, выступающий в качестве посредника между государством и потребителем этого товара.

? Кто является субъектом налога, а кто — носителем налога в случае такого косвенного налога, как акцизная марка?

3. Системы налогообложения

По степени тяжести обложения налогами выделяют три системы: пропорциональную, прогрессивную и регрессивную.

Прогрессивная система предполагает: чем больше доход у субъекта, тем большая часть его изымается в виде налога.

Пример. Доход до 10 000 р. не облагается налогом, для дохода от 10 001 до 30 000 р. ставка налога 10 %; для дохода от 30 001 до 300 000 р. ставка налога 15 %; для дохода свыше 300 001 р. ставка налога 30 %. Таким образом, тяжесть налогообложения возрастает с ростом размеров дохода.

Пропорциональное налогообложение осуществляется, когда доля налога в доходах не зависит от величины дохода. Например, в настоящее время в России для всех физических лиц установлена единая ставка налога на доход — 13 %. При этом тяжесть обложения не изменяется при изменении размеров дохода.

При **регрессивной** системе по мере возрастания дохода уменьшается доля налога в доходе.

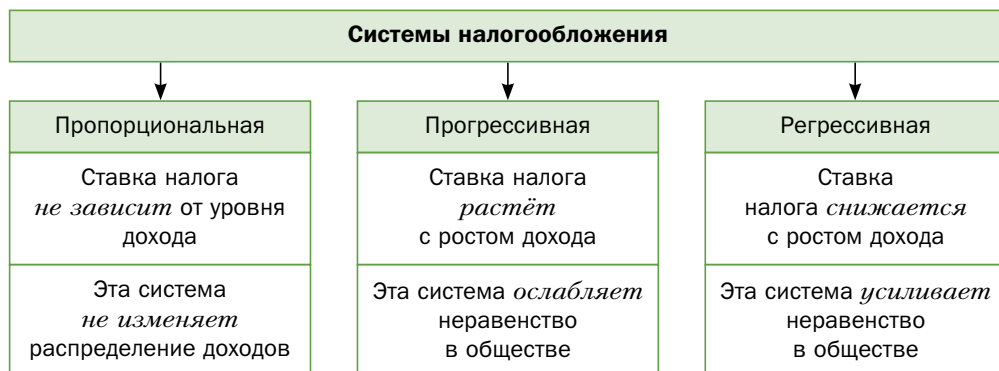
Пример. Для товара стоимостью 5000 р. НДС (налог на добавленную стоимость) в виде надбавки к цене составляет 20 % и равен 1000 р. Эта сумма одинаковая для всех покупателей, но для покупателя с доходом 20 000 р. ставка такого налога равна 5 % его дохода, а для покупателя с доходом 100 000 р. ставка налога гораздо ниже, всего 1 % его дохода. В этом случае тяжесть обложения снижается с ростом дохода.

Ниже в таблице приведён пример расчёта налога по разным системам налогообложения. В таблице показано, как изменяется сумма налога для пяти субъектов с различным уровнем дохода в условиях, когда действует пропорциональная, прогрессивная или регрессивная система налогообложения.

Расчёт налога по разным системам налогообложения

Субъекты налого- обложения	Доход, р.	Пропорциональная система		Прогрессивная система		Регрессивная система	
		Ставка, %	Налог, р.	Ставка, %	Налог, р.	Ставка, %	Налог, р.
1	1000	10	100	5	50	25	250
2	2000	10	200	10	200	20	400
3	3000	10	300	15	450	15	450
4	4000	10	400	20	800	10	400
5	5000	10	500	25	1250	5	250

В зависимости от того, какая система налогообложения принята, изменяется степень расслоения общества по доходам. Так, прогрессивная система повышает ставку налога для высокооплачиваемых граждан, снижая тем самым реальный доход этой группы населения; при этом ставка налога для малообеспеченных граждан ниже, что повышает их реальный доход. Таким образом, достигается уменьшение степени неравенства в обществе. В некоторых социально ориентированных странах (Швеция, Норвегия, Швейцария) признаётся, что налоги представляют собой плату высокодоходной части населения менее доходной за социальную стабильность. Регрессивная система налогообложения оказывает противоположное действие на распределение доходов отдельных групп населения. Пропорциональная система налогообложения не изменяет соотношение уровней доходов отдельных групп населения.



4. Кривая Лаффера

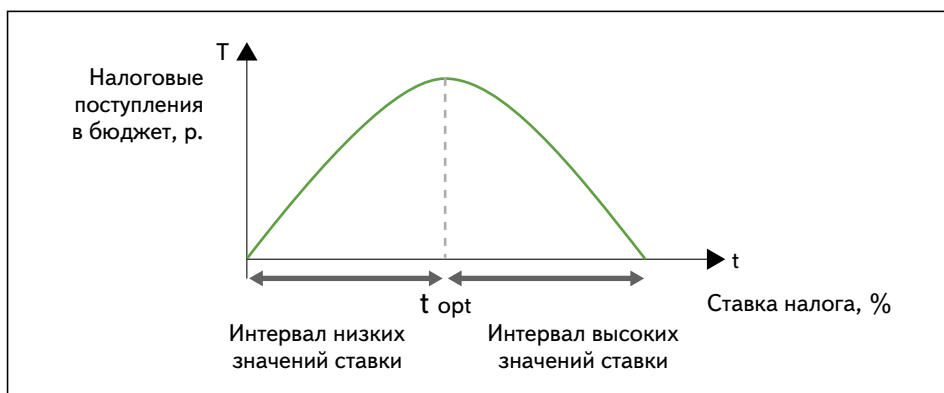
Государство заинтересовано в том, чтобы сумма собранных налогов была максимальной. Означает ли это, что ставку налога можно повышать беспредельно?

? Что произойдёт с физическими и юридическими лицами, если ставки налогов будут слишком высоки?

Современные экономисты знают, что ставка налога должна быть не максимальной, а оптимальной. Модель американского экономиста А. Лаффера иллюстрирует, как изменяется сумма налоговых поступлений в бюджет по мере того, как ставка налога увеличивается.

Кривая Лаффера показывает, что с ростом ставки налога поступления в бюджет сначала растут, затем снижаются.

Кривая Лаффера



На рисунке на с. 167 отмечена область оптимального значения налоговой ставки (t_{opt}).

Такую динамику налоговых поступлений в бюджет можно объяснить следующим образом. Когда налоговая ставка (t) находится в интервале низких значений, то сумма налоговых поступлений в бюджет (T) находится в прямой зависимости от величины ставки: чем выше ставка налога, тем больше денег государство получает в бюджет. Однако в интервале высоких значений налоговой ставки возникает обратная зависимость между ставкой и суммой поступлений в бюджет: в условиях очень высоких налоговых ставок фирмы остаются без средств для развития и просто для нормального существования. Они снижают уровень производства вплоть до полной остановки. Граждане в условиях высоких ставок налога начинают скрывать свои доходы, уклоняться от налогов. В итоге государство теряет налогоплательщиков, суммы поступлений в бюджет сокращаются. Максимальные поступления в бюджет возможны при такой ставке налога, когда фирмы сохраняют достаточно прибыли после уплаты налогов, чтобы иметь возможность развиваться, а граждане страны не имеют причин уклоняться от непомерных налогов.

Мы рассмотрели лишь некоторые вопросы, связанные с налогами. Вам предстоит изучать эту тему в течение всей трудовой деятельности. «Ты можешь и не заметить, что у тебя всё идёт хорошо. Но налоговая служба напомнит» (П. Данинос).

Выводы

- Налоги — главный источник доходов госбюджета.
- С помощью налогов государство может содействовать развитию одних предприятий и сдерживать развитие других.
- Собирая налоги, государство контролирует всю финансово-хозяйственную деятельность фирм и граждан.
- Налоги имеют непосредственное отношение к распределению доходов граждан, усиливая или сглаживая неравенство доходов.

Основные понятия

Функции налогов

Элементы налога

Налоги прямые и косвенные

Системы налогообложения: прогрессивная, пропорциональная, регрессивная

Вопросы и задания

1. Кто должен платить налоги?

2. Каким образом реализуется регулирующая функция налогов?
3. Как налоговая система влияет на уровень неравенства доходов граждан?
4. Что показывает кривая Лаффера?
5. Вспомните, какая модель иллюстрирует неравномерность распределения доходов населения. В рабочей тетради покажите, как изменится положение этой кривой после введения прогрессивной системы налогообложения.

§ 24. Безработица

Население страны неоднородно. Оно делится на множество категорий, и только одну из них принято называть «категорией занятых». «Самый несчастный человек — это тот, для кого в мире не нашлось работы», — писал английский историк и социолог Т. Карлейль. Что такое безработица? Как государство борется с безработицей и всегда ли с ней надо бороться?

1. Занятые и безработные

Всё население страны состоит из трудоспособных граждан и нетрудоспособных граждан.

В число трудоспособных граждан входят те, кто составляет рабочую силу, и те, кто выбыл из состава рабочей силы.

Рабочая сила включает экономически активное население страны. В её состав входят и занятые, и безработные.

Занятыми считаются люди, имеющие работу, в том числе занятые неполный рабочий день или неполную рабочую неделю. В эту группу населения входят люди, работающие по найму, и те, кто занят частным бизнесом. К категории занятых относятся также люди, которые находятся на государственной службе.

Статус **безработного** и, соответственно, пособие по безработице получают люди, не имеющие работу, состоящие на учёте в центрах занятости и готовые приступить к работе немедленно.

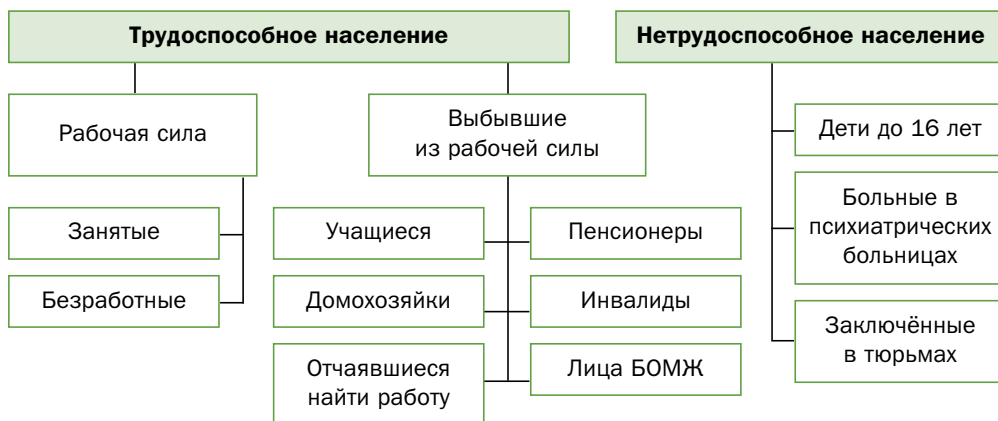
Занятые	Безработные
Работают по найму, заняты частным бизнесом, находятся на государственной службе	Не имеют работы, активно ищут работу, готовы приступить к работе немедленно

? Почему безработных относят к экономически активному населению?

Часть трудоспособного населения относится к категории **выбывших из состава рабочей силы**. Эти люди не обладают признаками безработного: кто-то из них не ищет работу, кто-то не готов приступить к работе. Поэтому они не могут претендовать на пособие по безработице. В эту категорию включают учащихся вузов, колледжей, техникумов, домохозяек, пенсионеров, инвалидов, людей без определённого места жительства, людей, отчаявшихся найти работу и прекративших её поиски.

Ещё одну часть населения составляют **нетрудоспособные** граждане. Они также не являются безработными; пособие по безработице им не полагается. К ним относятся: дети до 16 лет, больные в психиатрических больницах, заключённые в тюрьмах.

С точки зрения занятости структура населения России выглядит следующим образом.



2. Типы безработицы

Безработица — социально-экономическое явление, сущность которого заключается в том, что часть экономически активного населения, желающая работать, не может найти работу. Безработица вызывает серьёзные социально-экономические последствия: снижение дохода семьи, потерю квалификации работниками, ухудшение физического и психического состояния работников, недопроизводство ВВП в стране, рост преступности.

Причины, вызывающие безработицу, различны. Соответственно, различают три типа безработицы: фрикционную, структурную, циклическую.

Фрикционная безработица вызвана личными причинами граждан, которые заняты поиском вакансий или ожиданием выхода на работу. Одной

из причин фрикционной безработицы является недостаточная информированность граждан о рабочих местах. Для отдельного человека фрикционная безработица носит, как правило, временный характер. В эту категорию попадают: молодёжь, которая ищет работу после окончания учёбы; женщины, которые вырастили детей и хотят вернуться на работу; военно-служащие, уволенные в запас; люди, уволившиеся по собственному желанию в поисках лучшей работы или при смене места жительства.

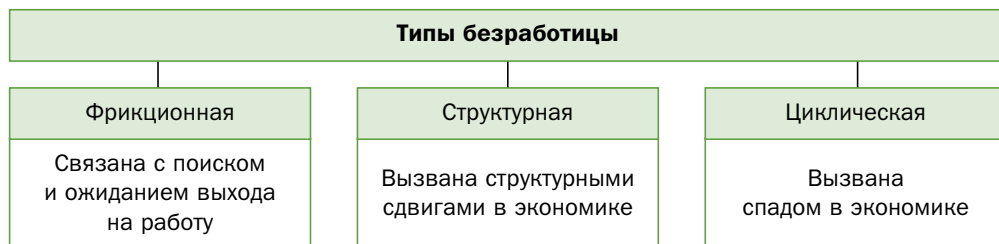
? Приведите примеры личных причин, из-за которых человек вынужден искать новую работу.

Структурная безработица связана с изменением спроса на рабочую силу различных профессий и специальностей. Одни профессии устаревают и становятся невостребованными; возникает потребность в новых профессиях. Так, с появлением персональных компьютеров машинописные бюро закрылись, а их сотрудники пополнили ряды структурных безработных. Научно-технический прогресс — это закономерный процесс, в котором общество заинтересовано. Бороться со структурной безработицей государство может, давая возможность безработным повысить квалификацию или получить новую, более современную и востребованную специальность.

? Приведите примеры устаревших специальностей, которые сегодня стали невостребованными.

Циклическая безработица связана с циклическими колебаниями деловой активности в стране.

Этот вид безработицы отсутствует при высокой экономической активности; при спаде активности предприятия закрываются, люди, потерявшие работу по этой причине, становятся циклическими безработными. Во время кризиса уровень циклической безработицы наивысший в нижней точке спада. В целях борьбы с этим видом безработицы государство проводит антициклическую политику.



? Какая бюджетно-налоговая политика необходима для снижения циклической безработицы: стимулирующая или сдерживающая?

3. Уровень безработицы

Уровень безработицы показывает, какую долю составляет количество безработных от численности рабочей силы. Этот показатель выражается в процентах.

$$Уб = \frac{\text{Количество безработных}}{\text{Рабочая сила}} \times 100 \%$$

Пример. Количество безработных в стране равно 10 млн человек, количество занятых равно 90 млн человек. Определить уровень безработицы.

Решение: Для расчёта уровня безработицы нужны данные о рабочей силе. Вам уже известно, что численность рабочей силы равна сумме занятых и безработных:

$$РС = 90 + 10 = 100 \text{ (млн чел.)};$$

$$Уб = \frac{\text{Количество безработных}}{\text{Рабочая сила}} \times 100 \%;$$

$$Уб = 10 : 100 \times 100 \% = 10 \%.$$

Фактический уровень безработицы включает три составляющие: уровень фрикционной безработицы, уровень структурной безработицы и уровень циклической безработицы:

$$У \text{ факт.} = У \text{ фрикц.} + У \text{ структ.} + У \text{ цикл.}$$

Пример.

Уровень фактической безработицы равен 9 %, уровень фрикционной безработицы равен 4 %, уровень структурной безработицы равен 3 %. Определить уровень циклической безработицы.

Решение:

$$У \text{ факт.} = У \text{ фрикц.} + У \text{ структ.} + У \text{ цикл.};$$

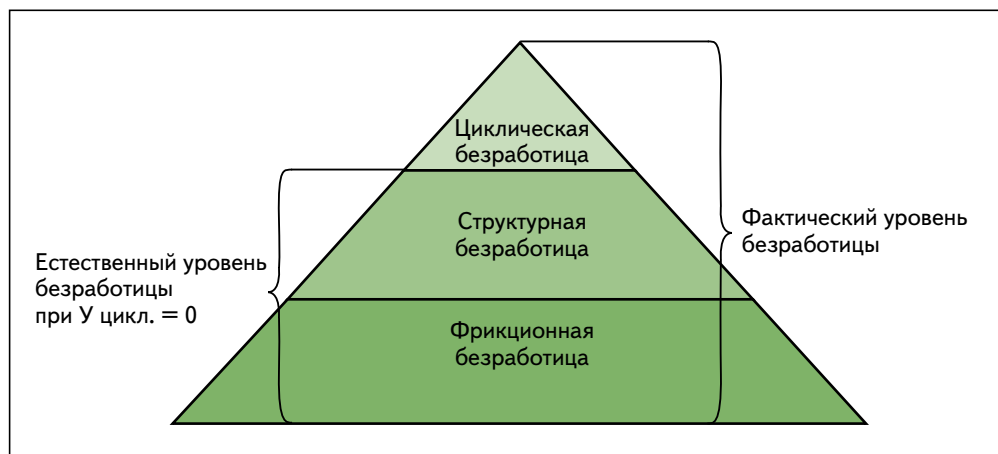
$$У \text{ цикл.} = У \text{ факт.} - (У \text{ фрикц.} + У \text{ структ.});$$

$$У \text{ цикл.} = 9 - (4 + 3) = 2 \text{ (\%)}.$$

Полная занятость наступает, когда в стране отсутствует циклическая безработица. Это означает, что полная занятость характеризуется не отсутствием безработицы в принципе, а наличием фрикционной и структурной безработицы. Фрикционная и структурная безработица вместе составляют естественный уровень безработицы.

Естественный уровень безработицы — это уровень безработицы при полной занятости:

$$Y_{\text{ест.}} = Y_{\text{фрикц.}} + Y_{\text{структ.}}$$



Основная цель государственной политики в области занятости — создание благоприятных условий для занятости населения. Российская государственная политика в области занятости осуществляется в соответствии с Конституцией РФ, Трудовым кодексом РФ, Законом РФ «О занятости населения в Российской Федерации».

Основными мерами по снижению безработицы являются подготовка и переподготовка кадров, мониторинг состояния рынка труда, содействие в трудоустройстве, выплата пособий по безработице.

Государство оказывает помощь безработным, выплачивая пособие по безработице. Государственное регулирование уровня и продолжительности безработицы осуществляется органами законодательной и исполнительной власти. Принимаемые ими законы и подзаконные акты воплощают на практике службы занятости, центры профориентации, информационно-консультативные центры и т. п.

В России, по данным Росстата, на сентябрь 2015 г. было зарегистрировано 4 млн безработных (5,2 % от экономически активного населения).

Выводы

- Экономически активное население, или рабочая сила, включает не только занятых, но и безработных.
- Полная занятость наступает, когда циклическая безработица равна нулю; при этом фрикционная и структурная безработица остаются.
- Безработица имеет серьёзные социально-психологические последствия для граждан и страны в целом, нуждается в государственном регулировании.

Основные понятия

Рабочая сила

Занятые

Безработица

Безработные

Виды безработицы: фрикционная, структурная, циклическая

Уровень безработицы

Полная занятость

Вопросы и задания

1. Перечислите признаки, по которым можно отнести конкретного человека к категории безработного.
2. Назовите причину, которая может вызвать фрикционный тип безработицы.
3. Выскажите своё мнение: должно ли правительство бороться с фрикционной безработицей. Почему?
4. Объясните, как изменяется уровень циклической безработицы на каждой фазе экономического цикла.
5. Какие меры может принять правительство для снижения уровня структурной безработицы?
6. Определите уровень безработицы в стране, если численность населения равна 200 млн человек, численность рабочей силы равна 100 млн человек, численность занятых — 80 млн человек.
7. Используя информацию с сайта Федеральной службы по труду и занятости (rostrud.ru), дополните таблицу новыми данными по структуре экономически активного населения России. Постройте график динамики уровня безработных. Проанализируйте, каким фазам экономического цикла соответствуют приведённые далее цифры.

Экономически активное население России, %

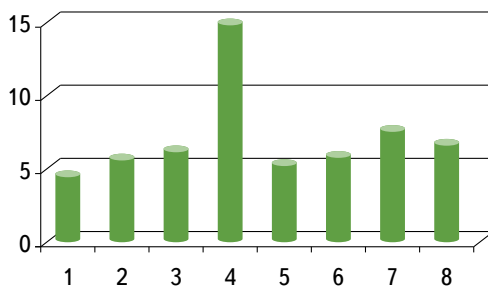
Население	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
Занятые в экономике	91,2	91,5	92,2	92,1	92,9	93,3	94,3	93,0	91,8
Безработные	8,8	8,5	7,8	7,9	7,1	6,7	5,7	7,0	8,2
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

8. Используя интернет-ресурсы, найдите данные об уровне безработицы в вашем регионе за последние три года. Есть ли динамика этих показателей? Если да, то каковы её причины?

9. Используя информацию Федеральной службы по труду и занятости (rostrud.ru), найдите более свежие данные об уровне безработицы. Проанализируйте динамику уровня безработицы по отдельным регионам России.

Уровень безработицы в федеральных округах России в 2020 г.

Федеральный округ	%
1. Центральный	4,4
2. Северо-Западный	5,5
3. Южный	6,2
4. Северо-Кавказский	14,8
5. Приволжский	5,2
6. Уральский	5,7
7. Сибирский	7,5
8. Дальневосточный	6,6



- Проанализируйте возможные причины такого расслоения. Какой тип безработицы (фрикционная, структурная, циклическая) формирует высокий уровень безработицы в отдельных регионах?
- Оцените динамику уровня безработицы по отдельным регионам Российской Федерации.
- Сделайте выводы.

§ 25. Международная торговля

Если каждая страна может производить товары и услуги для собственного потребления, почему существует международная торговля? Кто выигрывает от неё, страна-экспортёр или страна-импортёр?

Международное разделение труда основывалось прежде всего на различиях в природно-климатических условиях производства товаров в отдельных странах. Сторонники свободной торговли английские экономисты А. Смит и Д. Рикардо считали, что отмена ограничений на торговлю, беспрепятственный обмен товарами, произведёнными в разных странах, обеспечивают выгоду всем участникам торговли и наилучшее распределение ресурсов между странами. Международная торговля основана на принципах абсолютного и сравнительного преимущества.

1. Абсолютное и сравнительное преимущество

Концепцию абсолютного преимущества разработал А. Смит.

Абсолютное преимущество имеет страна, если она производит товар более эффективно. Это означает, что странам выгодно обмениваться избытками товаров, изготовленных с минимальными затратами. Факторами абсолютного преимущества могут быть: климатические условия и географическое положение страны, наличие собственных сырьевых ресурсов, наличие дешёвых трудовых ресурсов, наличие квалифицированных кадров, развитая техника, технология, инфраструктура, наличие финансовых ресурсов.

Пример. Принцип сравнительного преимущества рассмотрим на примере двух стран — Франции и Германии. Каждая из них производит среди



прочих два вида товаров: сыр и шоколад. Возможности производства этих товаров (в час) обеими странами показаны в таблице (цифры условные).

Страна	Сыр, т	Шоколад, т
Франция	15	18
Германия	20	30

Абсолютное преимущество в производстве обоих товаров имеет Германия. Но если бы эти страны решили торговать друг с другом, то они должны были определить, какой товар продавать, а какой — покупать. Здесь вступает в силу принцип сравнительного преимущества.

Допустим, Франция выбирает производство сыра (15 т); при этом она отказывается от производства шоколада (18 т). Для того чтобы можно было сопоставить потери обеих стран, следует определять потери в расчёте на одну единицу товара: $18 : 15 = 1,2$ т шоколада. Эта потеря — альтернативная стоимость производства сыра для Франции.

*Альтернативная стоимость производства сыра для Франции
равна 1,2 т шоколада*

Пусть Германия также выбирает производство сыра (20 т); при этом она отказывается от производства шоколада (30 т), а в расчёте на одну тонну сыра потери Германии составляют: $30 : 20 = 1,5$ (т шоколада).

*Альтернативная стоимость производства сыра для Германии
равна 1,5 т шоколада*

Следовательно, потери от производства сыра ниже у Франции, поэтому именно ей выгоднее специализироваться на производстве сыра, а производство шоколада выгоднее для Германии.

Концепцию сравнительного преимущества разработал Д. Рикардо.

Сравнительное преимущество имеет страна, производящая товар с меньшей альтернативной стоимостью, чем другие страны. В отличие от абсолютного преимущества, которым обладает небольшое количество стран, сравнительное преимущество имеет любая страна при сопоставлении конкретных видов товаров с производством таких же товаров другими странами.

Участвуя в международном разделении труда, страны могут получать в обмен на свои товары необходимые им сырьё, оборудование, потребительские товары.

Экспорт — продажа за границу товаров и услуг.

Импорт — закупка и ввоз в страну иностранных товаров и услуг.

Сальдо торгового баланса — разница между экспортом и импортом за определённый период.

Внешнеторговый оборот — сумма экспорта и импорта страны.

В настоящее время значительная доля в мировом товарообмене приходится на новые товары и технологии: аэрокосмическое оборудование, электронику, фармацевтические товары, машиностроение. Быстро развивается мировой рынок услуг: транспортных, туристских, строительных, финансовых, а также услуг по передаче новых технологий (патентов и лицензий).

2. Современные тенденции развития мирового хозяйства

Принято считать, что процесс формирования мирового хозяйства, начавшийся в XVI в., завершился на рубеже XIX–XX столетий. **Мировое хозяйство** — это совокупность экономик отдельных стран, связанных между собой системой международных экономических отношений.

Сегодня производство и продажа товаров — это глобальный процесс, в который вовлечены производственные и финансовые ресурсы многих стран. При этом не только граждане и фирмы, но и государства руководствуются в своей внешнеэкономической деятельности нормами международного права.

Глобализация — это усиление взаимозависимости и взаимовлияния национальных экономик, это постепенное превращение мирового хозяйства в единый рынок товаров, услуг, капитала, рабочей силы и знаний.

Такое комплексное взаимодействие фирм, государств и международных организаций обеспечивает самое эффективное использование ресурсов разных стран. Сейчас бывает трудно определить, в какой стране произведён товар, если учесть, что отдельные этапы создания товара: научные разработки, добыча сырья и производство материалов, изготовление отдельных узлов, сборка, реклама — проходили в разных странах.

Причины глобализации многообразны: экономические, научно-технические, информационные, организационные и социокультурные. Основными факторами, ускоряющими глобализацию, являются:

- открытость рынков товаров и услуг, рынков факторов производства;
- единство инструментов и методов проведения экономической политики;

- развитие наукоёмких технологий, развитие средств транспорта, связи и интернет-технологий;
- усиление роли международных экономических организаций, в том числе транснациональных корпораций.

Выделяют несколько форм экономической интеграции.

Глобализация осуществляется в том числе с помощью усиления экономической интеграции. **Экономическая интеграция** — процесс развития устойчивых взаимосвязей соседних государств, ведущий к их постепенному экономическому слиянию, основанный на проведении этими странами согласованной межгосударственной экономической политики. Выделяют несколько форм экономической интеграции, причём каждая из последующих форм является более высокой ступенью развития этого процесса.



Глобализация может создавать угрозу для национальной экономической безопасности отдельных стран в случае их слишком высокой зависимости от поставок продовольствия, энергоресурсов из-за рубежа. Дальнейшее усиление глобализации вызывает обострение глобальных проблем, например экологические кризисы, мировые финансовые кризисы.



Вспомните из курса экономической географии, какие примеры соответствуют данным формам экономической интеграции.

Учёные подчёркивают противоречивость процесса глобализации.

- С одной стороны, она ведёт к более эффективному распределению ресурсов между странами, развитию конкуренции и стимулированию научно-технического прогресса. Это способствует росту всеобщего благосостояния.

- С другой стороны, глобализация приводит к дальнейшему усилению неравномерности распределения доходов, усилению технологического отставания многих стран. Растёт зависимость стран от ситуации на мировых товарных и финансовых рынках, растёт структурная безработица из-за падения конкурентоспособности многих отраслей национальных хозяйств. «Тот, кто имеет союзников, уже не вполне независим» (Г. Трумэн).

К современной тенденции развития мирового хозяйства относятся: экономическая интеграция, выравнивание уровней развитых национальных экономик, сохранение экономических противоречий между странами, необходимость решения глобальных проблем.

Основные тенденции развития мирового хозяйства			
Экономическая интеграция	Выравнивание уровней	Сохранение противоречий	Обострение глобальных проблем
Формирование устойчивых экономических связей, создание координирующих наднациональных органов	Повышение эффективности национальных хозяйств в результате международной торговли	Претензии отдельных стран на лидерство и особые выгоды для национальной экономики; их экспансия на внешних рынках	Загрязнение окружающей среды, истощение ресурсов, урбанизация, перенаселение, международный терроризм



Возможно, вы слышали о забастовках антиглобалистов. К чему призывают и против чего выступают эти люди?



3. Валютный рынок

Каждая страна имеет свою валюту. Национальной валютой России является рубль. Рубль — старейшая валюта, насчитывающая почти тысячелетнюю историю.

Мировой валютой сегодня является доллар США. Это основная резервная валюта мира: более половины резервов всех стран мира делают

в долларах. Другая резервная валюта — евро, принятая в обращение в 2002 г. Евро — официальная валюта большинства европейских стран, входящих в еврозону (зону евро), в том числе Германии, Франции, Италии, Испании, Греции и др. В качестве валютных резервов используются также китайский юань, британский фунт стерлингов, японская иена, швейцарский франк.



Совпадают ли границы еврозоны с границами Евросоюза?

Для международной торговли необходим обмен валют. Обмен одной валюты на другую осуществляется на основании валютного курса. **Валютный курс** — цена (котировка) денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны. Например, когда говорят, что курс доллара равен 60 р., это означает, что один доллар может быть обменен на 60 р.

Как устанавливается валютный курс? Валютный курс может быть фиксированным, регулируемым или плавающим. Когда валютный рынок действует под контролем государства, валютный курс будет фиксированным или регулируемым. Так, если курс устанавливается на определённом уровне, он называется *фиксированным*; если курс устанавливается в некоторых пределах, так называемых рамках валютного коридора, то курс становится *регулируемым*. *Плавающий* валютный курс устанавливается без участия государства, на основании спроса и предложения отдельных валют на валютном рынке. Примером плавающего курса является курс доллара к евро. Функции валютного рынка выполняют валютные биржи, где и определяются котировки валют.

Какой курс собственной валюты выгоден участникам валютных операций, высокий или низкий? Здесь необходимо учитывать, какую роль участники выполняют в международной торговле, являются ли они экспортёрами или импортёрами.

Пример. Российская фирма продаёт за рубежом меховые изделия, т. е. является экспортёром. Выручка фирмы от продажи товаров составляет 1 млн долл. в год. Посчитаем, чему равна прибыль этой фирмы, если издержки фирмы не связаны с валютными закупками и составляют 30 млн р. в год.

Мы помним, что прибыль равна разности между выручкой и издержками. Переведём выручку в рубли по курсу 60 р./долл. и определим прибыль фирмы:

выручка: 1 млн долл. = 60 млн р.

прибыль: 60 млн р. – 30 млн р. = 30 млн р.

Если бы рубль был сильнее и имел более высокий курс, например 30 р./долл., то выручка этой российской фирмы составила бы в переводе

на рубль только 30 млн р. в год, а прибыль фирмы, соответственно, была бы равна нулю:

$$30 - 30 = 0 \text{ (млн р.)}$$

Итак, для фирмы-экспортёра, продающей за рубежом свой товар, более выгодным является низкий курс собственной валюты.



Какой курс рубля, высокий или низкий, выгоднее гражданам, покупающим импортные товары и услуги? Приведите пример.



4. Государственная политика в области международной торговли

Государства стран мира проводят активную внешнеторговую политику, которая ориентируется или на свободное развитие внешней торговли, или на ограничение свободной торговли.

Внешнеторговая политика, ориентированная на **свободное развитие** внешней торговли, называется *фритредерство* (англ. *free trade* — свободная торговля). Свободное развитие внешней торговли приносит выгоду всем странам. Однако все страны используют комплекс мер для стимулирования экспорта и защиты национальных рынков от внешней конкуренции.

В 1995 г. в целях регулирования мировой торговли на международном уровне была образована Всемирная торговая организация (ВТО). Она проводит линию на обеспечение свободы торговли и равенства всех участников, регулирует спорные вопросы. ВТО признаёт пошлины как единственное средство протекционистской политики и выступает против использования нетарифных барьеров.

Принципы ВТО:

- одинаковый торговый режим для всех партнёров;
- постепенное снижение внешнеторговых пошлин;
- устойчивость и предсказуемость во внешнеторговой политике.

Россия в течение 18 лет вела переговоры о вступлении в ВТО. С 1 сентября 2012 г. она является полноправным членом этой международной организации. Вступление в ВТО позволило России получить выгоды от режима наибольшего благоприятствования на торговлю со всеми странами — членами ВТО, облегчило условия доступа на зарубежные рынки. Вместе с тем снижение импортных тарифов может принести потери для бюджета России. Кроме того, ожидается снижение производства и занятости в ряде отраслей. От России требуется также допуск иностранных компаний на рынок банковских, страховых и других услуг, значительное повышение тарифов на энергоносители, отказ от поддерж-

ки сельскохозяйственного экспорта и других важных инструментов внешней торговли.

? Стало ли вступление в ВТО благом для России? Может ли Россия остаться в стороне от процессов глобализации?

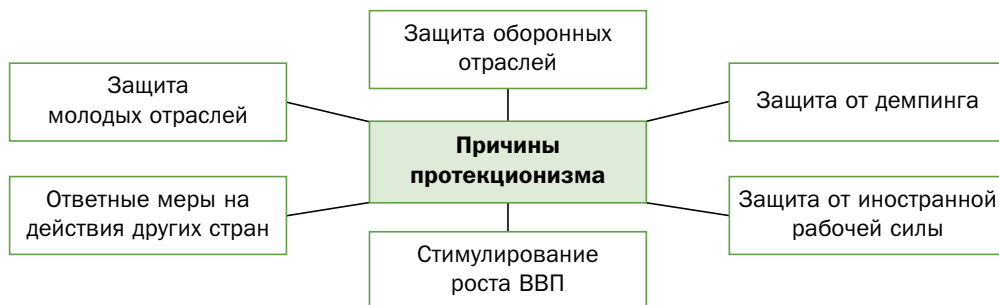
Другой вариант государственной политики в области международной торговли — протекционизм.

Протекционизм (англ. *protection* — защита) — государственная политика ограничения свободной торговли. В условиях острой международной конкуренции государство ограничивает международную торговлю, возводя различные барьеры на пути свободной торговли.

Причинами протекционизма могут быть: необходимость защиты отраслей национальной обороны; защита молодых отраслей, которые не смогут выжить в условиях открытого рынка; защита от дешёвой иностранной рабочей силы; стимулирование роста ВВП, ответные меры на жёсткость внешнеторговой политики других стран, защита от демпинга.

Демпинг — установление искусственно заниженных цен на экспортируемые товары в целях вытеснения конкурентов с мировых рынков.

? Используя формулу ВВП, объясните, почему искусственное ограничение импорта может стимулировать рост ВВП.



Проводя политику протекционизма, правительства всех стран применяют тарифные и нетарифные барьеры.

Тарифные барьеры — пошлины на импортные товары — это налоги в государственный бюджет, уплачиваемые импортёрами продукции. Пошлинами облагаются товары не только для защиты отечественных производителей, но и для пополнения казны. В соответствии с этими целями импортные пошлины бывают протекционистскими и фискальными.

Протекционистские барьеры вводятся на товары, аналогичные отечественным товарам. С учётом пошлины импортные товары становятся более дорогими и менее конкурентоспособными, чем отечественные това-

ры. Например, макароны продаются как отечественных производителей, так и итальянских. Введение пошлины на итальянские макароны вызовет снижение их предложения, в результате чего они станут дороже, а величина спроса на них сократится.

Фискальные барьеры вводятся на товары, которые не производятся в покупающей стране. Эти тарифы не защищают отечественных производителей, а вводятся с целью пополнить казну. Например, в России не выращивают манго, импортная пошлина на этот товар не защищает отечественных производителей, но даёт доход в бюджет России.

Нетарифные барьеры — это меры неценового характера для ограничения импорта: импортные квоты, стандарты и технические условия, лицензии, субсидии, эмбарго и др.

Импортная квота — количественное ограничение на ввоз определённых товаров. Например, закупая импортные автомобили, многие страны устанавливают, какое максимальное количество автомобилей может быть ввезено для продажи в течение года.

Для ограничения импорта государство может устанавливать жёсткие *стандарты и технические условия*, которым должны отвечать импортные товары. Например, шумность и содержание вредных веществ в выхлопных газах автомобилей, сведения на упаковке товаров о наличии консервантов в составе продуктов.

Государство также может осуществлять контроль над импортом путём лицензирования. *Лицензия* — разрешение на импорт определённых товаров. В ряде стран зарубежным продавцам бывает очень сложно купить лицензию для ввоза товара. Особенно это характерно для Японии и Великобритании.

Для стимулирования собственного экспорта применяются государственные *субсидии* фирмам-экспортёрам. Так, отдельные китайские предприятия, чтобы проникнуть на зарубежные рынки, продают свою продукцию по очень низким ценам; при этом государство выплачивает им субсидии, чтобы компенсировать убытки. Субсидии также широко применяются во многих странах для поддержки отечественных сельскохозяйственных производителей.

Эмбарго — запрет на импорт определённых товаров. Например, в России вводился запрет на некоторые товары из Грузии, Молдавии, Прибалтики.

В результате применения протекционистских мер периодически вспыхивают «меховые», «стальные», «куриные», «винные», «автомобильные» войны.

Виды торговых барьеров в международной торговле можно представить в виде схемы (с. 185).



Выводы

- Выгоды стран от участия в мировой торговле определяются принципами абсолютного и сравнительного преимущества.
- Два варианта внешнеторговой политики:
 - свободное развитие внешней торговли;
 - протекционизм.
- На современном этапе наблюдается быстрый рост открытости национальных экономик. Это имеет как позитивные, так и негативные последствия.

Основные понятия

Абсолютное и сравнительное преимущество
Экспорт
Импорт
Сальдо торгового баланса
Внешнеторговый оборот
Глобализация
Мировое хозяйство
Формы экономической интеграции
Свободная торговля
Протекционизм
Торговые барьеры

Вопросы и задания

1. Какие страны могут иметь абсолютное, а какие — сравнительное преимущество в производстве товаров?
2. Назовите тенденции развития мирового хозяйства. Выделите положительные и отрицательные тенденции.
3. В чём причины протекционизма?

- 4.** Какие торговые барьеры, тарифные или нетарифные, являются более строгими? Против каких барьеров выступают страны — члены ВТО?
- 5.** Назовите основные принципы ВТО.
- 6.** На сайте Федеральной службы государственной статистики (gks.ru):
 - а) найдите и проанализируйте информацию по внешней торговле России со странами дальнего зарубежья или со странами СНГ;
 - б) самостоятельно выберите конкретный показатель и круг стран и оцените ситуацию. Сделайте выводы.
- 7.** Сегодня большая часть биржевых торгов происходит в электронном виде. Некоторые экономисты утверждают, что одной из причин всемирного финансового кризиса стал Интернет. Согласны ли вы с этим?

Приложение

Проверьте себя

Отметьте ячейки, в которых содержатся верные утверждения.

Что изучает экономическая наука. Выбор

1 Проблема ограниченности — это проблема бедных стран	2 Тот, у кого есть волшебная палочка, не нуждается в изучении экономики	3 Безработный слесарь не является трудовым ресурсом	4 Доход предпринимателя — зарплата
5 Проблему ограниченности можно решить, если увеличить производство товаров и услуг	6 Если в стране пройдёт общенациональная забастовка, КПВ сдвинется влево-вниз	7 Экскаватор, лопата, кирпич, щебень относятся к земельным ресурсам	8 Лошадь, которая пашет в поле, не является трудовым ресурсом
9 Энергия ветра, преобразуемая в электроэнергию, является экономическим благом	10 Программист, который лежит на диване и составляет алгоритмы, является трудовым ресурсом	11 Рельсы и шпалы — это пример субститутов	12 Альтернативная стоимость измеряется только в денежном выражении
13 Альтернативная стоимость — это все отвергнутые варианты	14 Хлеб и масло — это комплементарные блага	15 Кот, спасающий амбар от мышей, является трудовым ресурсом	16 КПВ показывает, сколько товаров может произвести страна при полном использовании ресурсов

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Экономическая система

1 Главные вопросы экономики не актуальны в развитых странах	2 Традиционная система характерна только для отсталых племён в джунглях, в горах и т. п.	3 Главный стимул в рыночной системе — получение прибыли	4 Схема кругооборота денег, ресурсов, товаров и услуг иллюстрирует действие традиционной системы
5 В современной российской экономике есть признаки всех экономических систем	6 С отрицательными внешними эффектами государство должно бороться, а положительные никому не мешают	7 Главное преимущество рыночной системы — эффективное использование ресурсов	8 Централизованная система не имеет никаких преимуществ перед рыночной системой
9 Инфляция — пример несостоятельности рыночной системы	10 Частная собственность — основа любой экономической системы	11 В командной экономике главные вопросы решаются по сложившимся традициям	12 Вопрос «для кого производить?» в рыночной системе решается в пользу платёжеспособных покупателей
13 Государство лучше распоряжается ограниченными ресурсами, чем частный предприниматель	14 Конкуренция заставляет фирмы производить качественные и разнообразные товары	15 В смешанной экономике решение вопроса «как производить?» зависит от государства	16 Подавление экономической самостоятельности — главный недостаток рыночной системы

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Спрос. Предложение. Рыночное равновесие

1 Покупатели заинтересованы в снижении цен, а продавцы — в повышении, поэтому их интересы никогда не совпадут	2 В точке рыночного равновесия спрос равен предложению	3 Сдвиг кривой предложения вверх означает, что предложение растёт	4 Спрос на нормальные товары не зависит от доходов покупателей
5 Кривая спроса иллюстрирует минимальные цены, на которые согласны покупатели	6 Бракованные или просроченные товары — это низшие товары	7 Развлечения — это низшее благо	8 Если субституты станут дешевле, спрос на товар понизится
9 Индивидуальный спрос не зависит от количества покупателей	10 Если цены на товар будут выше кривой предложения, то продавцы выиграют	11 Когда комплементарные блага дешевеют, спрос возрастает	12 Ожидание повышения цен действует одинаково на покупателей и продавцов
13 Кривая спроса не меняет своего положения, когда растёт цена	14 На рынке появился новый продавец, и рыночное предложение данного товара увеличилось	15 Дефицит товара возникает, когда цена товара выше равновесной цены	16 Из-за хорошей рекламы одних товаров может снизиться спрос на другие товары
17 Под влиянием субсидии кривая предложения сдвигается вниз, т. е. предложение снижается	18 Снижение цен на ресурсы, из которых производят товар, повышает спрос на этот товар	19 Шкала спроса показывает, сколько товара купят по любой цене	20 Если равновесная цена растёт, а равновесное количество снижается, то равновесная выручка тоже снижается

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **100**.

Конкуренция и её виды

1 Монополия — это рынок, на котором действует единственный продавец. Товар может быть любым	2 Если продавец на рынке совершенной конкуренции повысит цену, его выручка возрастёт	3 На рынке олигополии каждый продавец зависит от поведения других продавцов	4 Реклама нужна любой фирме, в какой бы рыночной структуре эта фирма ни работала
5 «Ценовая война» — неэффективный способ борьбы с конкурентами в условиях олигополии	6 Если продавец на рынке монополистической конкуренции повысит цену, его выручка может возрасти	7 На рынке совершенной конкуренции ни один продавец не может повлиять на рыночную цену	8 Информация одинаково доступна всем участникам рынка только в теоретической модели
9 Самый распространённый вид конкуренции — монополистическая конкуренция	10 Монополист может повышать цену сколько угодно. Ограничением является только антимонопольная политика государства	11 Самые большие затраты на рекламу имеют фирмы в условиях монополистической конкуренции	12 В реальной жизни ни одна фирма не работает в условиях совершенной конкуренции
13 В условиях олигополии барьеры для входа в отрасль есть, но они легко преодолимы	14 Монополист не нуждается в маркетинговой деятельности	15 Все монополии незаконны, поскольку они не отвечают интересам покупателей	16 Дифференциация товара возможна только в условиях монополистической конкуренции

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Формы организации бизнеса

1 В случае банкротства АО лучше защитит состояние владельцев, чем ИП	2 Главная причина распада товарищества — это низкая квалификация сотрудников	3 Двойной налог означает, что акционер платит налог на дивиденд в двойном размере	4 Из всех форм бизнеса легче организовать акционерное общество
5 Так как индивидуальных предпринимателей больше, то и оборот их капитала тоже больше	6 Самый большой срок существования могут иметь АО	7 Самая высокая опасность конфликтов — в товариществах	8 Так как индивидуальному предпринимателю легче управлять делом, его фирма имеет высокую финансовую устойчивость
9 ИП имеют самый высокий риск вложения капитала, поскольку у них неограниченная ответственность	10 Легче всего передать права владения фирмой индивидуальному предпринимателю	11 На собрании акционер имеет столько голосов, сколько у него акций	12 Банкротство грозит только мелким фирмам
13 Высшим органом управления АО является президент фирмы	14 В случае банкротства АО акционеры должны погасить его долги	15 Владельцем акционерного общества является тот, кто имеет контрольный пакет акций	16 В случае банкротства индивидуальный предприниматель может лишиться своего личного имущества (квартиры, машины и т. д.)

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Экономика фирмы

1 Фирма получит прибыль, если цена товара будет больше средних издержек	2 Краткосрочный период — период до одного месяца	3 Зарплата бухгалтера — пример постоянных издержек	4 Выручка зависит от цены товара, а издержки фирмы не зависят от цены товара
5 Плата за лицензию может быть примером постоянных издержек	6 График средних постоянных издержек показывает, что у фирмы может быть оптимальный объём производства	7 Если объём производства фирмы равен нулю, то общие издержки равны постоянным издержкам	8 Если тираж газеты сократится, то переменные издержки типографии снизятся
9 Выручка фирмы зависит от издержек	10 График средних переменных издержек показывает, что у фирмы может быть оптимальный объём производства	11 Если фирма не имеет постоянных издержек, то речь идёт о краткосрочном периоде	12 Прибыль отличается от выручки на величину затрат
13 Если выпуск шоколада увеличится, то постоянные издержки кондитерской возрастут	14 График средних постоянных издержек показывает, что фирме невыгодно увеличивать объём производства	15 Страховые взносы — пример переменных издержек	16 Постоянные издержки не могут быть равны нулю

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Источники финансирования фирмы

1 Акция — это бес- срочная ценная бумага	2 Акция — более дорогая ценная бумага, чем обли- гация	3 Коммерческий кредит предостав- ляет банк на ком- мерческих условиях	4 Владелец облига- ции является кре- дитором для АО
5 Выпуск облигаций может позволить себе только очень крупная и надёж- ная компания	6 Доля внутренних источников долж- на быть меньше, чем доля внешних	7 Любой акционер имеет право на управление АО	8 Акционер участву- ет в управлении фирмой посредст- вом голосования на совете дирек- торов
9 Владелец акции является совла- дельцем фирмы	10 Тот, кто покупает облигацию, стано- вится должником фирмы	11 Вопрос о выплате дивидендов реша- ет президент компании	12 Доход по облига- циям всегда ниже, чем по акциям
13 При ликвидации АО акционеры имеют первооче- редное право на получение своей доли имущества	14 Владелец облига- ции имеет право на управление фирмой	15 Наибольший доход может принести обычно- венная акция	16 Амортизационные отчисления можно рассматривать как постоянные издержки

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Рынок труда. Семейный бюджет

1 При больших доходах бюджет семьи составлять не нужно	2 Производительность труда рабочего зависит от того, как он учился	3 Чем больше рабочих занято в производстве, тем выше производительность труда	4 При высокой инфляции реальная зарплата ниже номинальной зарплаты
5 В России у большинства людей сдельная оплата труда	6 Сбалансированный бюджет может быть только в состоятельных семьях	7 Зарботная плата рабочего не может быть больше, чем его выработка в денежном выражении	8 В России Трудовой кодекс распространяется на всё взрослое население
9 Зарботная плата зависит от условий труда, а не от личных качеств человека	10 На заводе рабочие должны работать, инженеры — искать резервы для повышения производительности труда	11 «Материнский капитал», выданный при рождении второго ребёнка в семье, — это пример трансфертов	12 Повременная оплата труда не зависит от количества и качества произведённой продукции
13 Деятельность профсоюзов не может вызвать рост инфляции в стране	14 Структура расходов семьи зависит от уровня доходов	15 Уровень благосостояния граждан выше в той стране, где выше доля затрат на питание	16 Если номинальная зарплата растёт, а индекс цен снижается, то реальная зарплата снижается

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Валовой внутренний продукт

При подсчёте валового внутреннего продукта страны учитываются следующие факторы.

1 Покупка «пиратского» издания	2 Доход владельца единоличного предприятия	3 Покупка подержанного автомобиля	4 Подарок внуку от бабушки
5 Покупка государственных краткосрочных облигаций	6 Денежный перевод от родителей	7 Стоимость труда домохозяйки	8 Доход от продажи заводом произведённой бытовой техники
9 Рыночная стоимость продуктов, произведённых каждой отраслью народного хозяйства	10 Доход парикмахера	11 Стоимость комплектующих изделий	12 Доход от продажи акций компании «Лукойл»
13 Покупка участка земли	14 Покупка государством новой подводной лодки	15 Пособие по безработице	16 Гонорар хоккеиста

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Экономический рост. Экономический цикл

1 Циклические колебания деловой активности предсказуемы	2 Во время спада деловой активности безработица снижается	3 Интенсивным фактором экономического роста является рост производительности труда	4 Ввод в действие нового оборудования может быть одновременно интенсивным и экстенсивным фактором
5 Циклы Кондратьева связаны с физическим износом зданий и сооружений	6 Чем выше темпы роста населения, тем выше уровень благосостояния при прочих равных условиях	7 Экономическим ростом является увеличение номинального ВВП по сравнению с прошлым годом	8 Уровень безработицы не связан с фазами экономического цикла
9 Реальный ВВП страны вырос по сравнению с прошлым годом на 10 %. Это — экономический рост	10 В период пика деловой активности инфляция высока	11 Увеличение количества рабочего времени — это интенсивный фактор экономического роста	12 Во время экономического бума ресурсы используются неэффективно
13 Инфляция не связана с фазами экономического цикла	14 Циклы Кондратьева связаны с моральным износом оборудования	15 Экономический рост — это долгосрочная тенденция увеличения номинального ВВП	16 Увеличение реального ВВП в течение 10 лет — это экономический рост

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна 50.

Деньги. Инфляция. Банки

1 Стоимость денег определяется количеством товаров и услуг, которые на них можно купить	2 Зависимость между нормой банковского резерва и денежной массой в обращении обратная	3 Деятельность банковской системы может вызвать рост цен	4 Правительство РФ отвечает за действия Банка России
5 Если возросли цены на продукцию шести отраслей промышленности, это инфляция	6 Банкир никогда не проиграет от непредвиденной инфляции	7 Стоимость денег определяется правительством	8 От непредвиденной инфляции может выиграть тот, кто взял деньги в долг
9 Нормы банковских резервов устанавливаются для каждого коммерческого банка индивидуально	10 Во время высокой инфляции денежная масса растёт быстрее, чем товарная	11 Борьба профсоюзов за повышение уровня заработной платы рабочих может стать причиной инфляции издержек	12 Банк России выдаёт кредиты любому юридическому лицу
13 От непредвиденной инфляции страдают все	14 Деньги должны быть обеспечены золотом и серебром	15 Темпы инфляции не влияют на объём реального ВВП	16 Ликвидность активов и их доходность имеют прямую зависимость

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Роль государства. Налоги

1 Акциз — прямой налог	2 Прогрессивная система налогообложения снижает неравенство в обществе	3 Косвенные налоги — пример регрессивной системы налогообложения	4 Хорошее правительство способно обеспечить достижение всех экономических целей государства
5 Налоги возникли одновременно с рыночной экономической системой	6 Бюджет сбалансирован, если расходы равны доходам	7 Государственные облигации переносят бремя бюджетного дефицита на будущие поколения	8 Примером общественных товаров и услуг является шоу-бизнес
9 Налоги являются главным источником доходов государства	10 В любом государстве главная функция налогов — фискальная	11 Государство берёт на себя производство общественных товаров и услуг, поскольку это выгодный бизнес	12 Если налог прямой, то субъект налога и носитель налога не совпадают
13 Бюджет профицитный, если расходы ниже доходов	14 Государство обязано поставить вам товары или услуги на сумму уплаченного вами налога	15 Государство не должно осуществлять эмиссию денег для финансирования дефицита бюджета	16 Главная функция налогов — регулирующая

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Занятость и безработица

1 Циклическая безработица особенно высока, когда экономика страны находится в состоянии спада	2 Любой человек, не имеющий работы, является безработным	3 Рабочий, который получил профессиональное заболевание и стал инвалидом, должен получать пособие по безработице	4 Человек, который долго не мог найти работу и прекратил её поиски, относится к категории безработных
5 Человек, который активно ищет работу и работает неполный рабочий день, относится к категории безработных	6 Одна из причин фрикционной безработицы — недостаточная информированность граждан о наличии вакансий на рынке труда	7 Повышение пособий по безработице способствует сокращению уровня безработицы	8 Домохозяйка не может претендовать на пособие по безработице
9 Банковский служащий, уволенный в связи с появлением банкоматов, — пример структурной безработицы	10 Отраслевые сдвиги в экономике сказываются в первую очередь на уровне фрикционной безработицы	11 10-летний подросток, продающий газеты, является занятым	12 От государственной политики в большей мере зависит уровень циклической безработицы
13 Программист, неоднократно увольнявшийся из-за тяжёлого характера, — пример циклической безработицы	14 Рабочий, участвующий в забастовке, считается занятым	15 Численность рабочей силы равна численности занятого населения	16 Естественный уровень безработицы всегда выше фактического уровня безработицы

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Международная торговля

1 Любые торговые барьеры защищают отечественных производителей	2 Государство не должно вмешиваться во внешнюю торговлю	3 Демпинг нацелен на разорение местных товаропроизводителей	4 ВТО выступает против фискальных и протекционистских тарифов
5 Страны торгуют друг с другом, поскольку все стороны выигрывают от торговли	6 В международной торговле страны-продавцы выигрывают, а страны-покупатели проигрывают	7 Фискальные тарифы не защищают отечественных производителей	8 Абсолютное преимущество — более распространённое явление, чем сравнительное преимущество
9 Нетарифные барьеры — более строгая мера, чем тарифные барьеры	10 Импортные пошлины повышают предложение импортного товара	11 Страны — члены ВТО имеют равные права	12 Импортные пошлины повышают предложение отечественного товара
13 Когда страны торгуют, то покупатели выигрывают, а продавцы проигрывают	14 Если Россия не будет участвовать во внешней торговле, она ускорит свой экономический рост	15 Страны торгуют, опираясь в основном на принцип сравнительного преимущества	16 Отказ от внешней торговли способствует повышению качества отечественных товаров и услуг

Сумма номеров ячеек с верными ответами должна быть равна **50**.

Темы творческих работ

Экономика как наука и хозяйство

Эффективность экономического решения (выбор вида летнего отдыха, работа подростков, выбор вуза для будущего образования).

Проекты, реализующие межпредметные связи (экономика и экология, экономика и математика, экономика и русский язык, экономика и английский язык, экономика и история).

Календарь экономических дат (юбилейные даты на данный учебный год по российским событиям, по персоналиям) с краткими комментариями.

Рыночный механизм

Анализ рынков конкретных товаров и услуг в своём городе (изменение равновесной цены и объёма продаж под влиянием различных факторов).

Анализ рынков с различной степенью концентрации производства в нашем городе (рынки, близкие к совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии, монополии, монополии).

Экономика и человек

Занятость и безработица в своём городе.

Профессии, имеющие высокий спрос на труд в данном регионе.

Молодёжная безработица в своём регионе: причины и динамика.

Современные формы занятости в сети Интернет.

Экономика фирмы

Анализ деятельности предприятий своего города, имеющих различную форму организации бизнеса (индивидуальные предприятия, общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества).

Развитие малого предпринимательства в своём районе.

Из истории российского предпринимательства (события, персоналии).

Московские (архангельские или др.) меценаты.

Этика современных российских предпринимателей (положительные, отрицательные примеры).

Разработка бизнес-плана малого предприятия.

Экономика государства

Оценка экономического роста в своём регионе.

Анализ темпов и качества экономического роста в России по сравнению с другими странами.

Последствия экономического кризиса в регионе.

Роль государства в рыночной экономике

Анализ статей дохода (статей расхода) бюджета города.

Реализация национального проекта (образование, медицина, нанотехнологии и т. п.) в нашем крае.

Денежное обращение

Анализ социально-экономических последствий инфляции в России; в других странах.

Банковские услуги в своём городе.

Финансовые организации в регионе.

Международная торговля

Преимущества и недостатки экономического решения о поддержке российских производителей.

Анализ динамики объёма экспорта (импорта) России.

Влияние Интернета на экономические процессы (интернет-торговля, интернет-реклама, торги на фондовой бирже через Интернет и т. д.) на примере российской экономики.

Проект «Бизнес-план малого предприятия»

Попробуйте свои силы в бизнесе. Составьте бизнес-план малого предприятия, используя знания по экономике фирмы и приведённые ниже рекомендации.

Разработка реального бизнес-плана требует больших затрат времени и сил, высокого уровня экономической подготовки. Но в рамках учебного проекта можно найти отдельные решения, которые, возможно, в будущем станут элементами вашего реального бизнес-плана. Прежде чем открыть фирму, предприниматель составляет бизнес-план. Бизнес-план представляет собой документ, в котором описаны все основные аспекты будущего коммерческого мероприятия, анализируются проблемы, с которыми может столкнуться фирма, а также способы решения этих проблем. Бизнес-план позволяет изучить рынок, оценить затраты на производство и реализацию продукции и соизмерить их с возможными ценами. Правильно составленный бизнес-план отвечает на вопрос, стоит ли вообще вкладывать деньги в данное дело и окупятся ли затраты. Структура бизнес-плана включает такие разделы, как производственный и финансовый план, возможные риски, конкуренция и др.

Работая в группе или индивидуально, выберите сферу деятельности, название вашей будущей фирмы и фирменный знак (логотип). Примите решения по разделам бизнес-плана. Сделайте вывод о целесообразности создания фирмы в данной сфере бизнеса. Используя навыки, приобретённые на уроках информатики, подготовьте отчёт и краткую презентацию разделов бизнес-плана в электронном виде.

Резюме

Это возможности компании. Текст резюме должен быть простым, лаконичным. В этом разделе помещается информация, дающая представле-

ние о компании, а также все необходимые данные, характеризующие её деятельность.

Адрес фирмы:

E-mail:

Далее необходимо осветить основные цели компании. Для этого используется такой инструмент, как построение **дерева целей**. Дерево целей имеет несколько уровней, высший из которых называется миссией компании.

Миссия компании — то, для чего создаётся компания.

На **первом** уровне дерева целей могут быть отражены такие цели фирмы, как прибыль, получение навыков в бизнесе, увеличение доли рынка, обеспечение качества услуг, благотворительность и др. (Обратите внимание на то, что уважаемые и успешные фирмы обязательно включают благотворительность в состав целей первого уровня.)

Цели **второго** уровня отражают те условия, при которых могут быть достигнуты цели первого уровня: увеличение выручки, снижение издержек, работа с кадрами, реклама, консультации для покупателей, всевозможные скидки и др.

Цели **третьего** уровня продолжают расшифровку условий, обеспечивающих выполнение целей предыдущего уровня.

Чем подробнее будет проработано дерево целей фирмы, тем меньше подводных камней ожидает предпринимателя, когда фирма начнёт работать.

Виды товаров и услуг

В этом разделе необходимо:

- дать описание товаров и услуг, предлагаемых вашей компанией;
- привести наглядное изображение товара (фотография или рисунок);
- привести название товара;
- отметить, какие потребности призваны удовлетворять предлагаемые товары;
- привести примерную цену товара или услуги;
- привести затраты, которые потребуются на производство;
- указать, каковы особенности вашего продукта, чем он будет отличаться от товаров конкурентов;
- указать виды послепродажного обслуживания и др.

Рынки сбыта

Этот раздел направлен на изучение рынков и позволяет предпринимателю чётко представить, кто будет покупать его товар, ответив на следующие вопросы.

- На каких рынках будет действовать компания?
- Что влияет на спрос на товары и услуги компании?
- Каким образом проводится изучение потребностей и спроса?

После ответа на эти вопросы в данном разделе бизнес-плана необходимо представить:

- оценку потенциальной ёмкости рынка;
- оценку потенциального объёма продаж;
- оценку реального объёма продаж.

Конкуренция

Этот раздел следует посвятить анализу рыночной конъюнктуры, характеристике своих конкурентов, их стратегии и тактике. Необходимо ответить на следующие вопросы.

- Крупнейшие компании-конкуренты.
- Как обстоят дела у компаний-конкурентов?
- Что является предметом наиболее жёсткой конкуренции в вашей сфере деятельности (цена, качество, послепродажное обслуживание, имидж компании и др.)?
- Продукция конкурентов.
- Уровень цен на продукцию конкурентов.

План маркетинга

В данный раздел следует включить следующие пункты.

- Цели и стратегия маркетинга.
- Стратегия ценообразования.
- Схема распространения товаров.
- Методы стимулирования продаж.
- Организация послепродажного обслуживания клиентов.
- Реклама.
- Формирование общественного мнения о компании и её товарах (PR).

При анализе системы ценообразования предпринимателю необходимо ответить на следующие вопросы.

1) Каков основной подход компании к ценообразованию? Какая стратегия используется?

- Высокое качество — высокая цена.
- Цена в зависимости от цен конкурентов.
- Низкие производственные издержки — низкая цена.

2) Какую цену вы установили для товаров и услуг, производимых компанией?

3) Насколько цены отражают издержки, спрос, конкурентоспособность товара?

Целями маркетинга являются:

- а) выявление потенциальных клиентов;
- б) продвижение товара на рынке;
- в) выявление товара, наиболее отвечающего требованиям клиентов;

г) привлечение покупателей;

д) исследование рынка.

Эти цели возможно достичь с помощью анкетирования, использования средств массовой информации и рекламных средств, наблюдения за спросом и предложением.

План производства

Этот раздел готовится только теми предпринимателями, которые собираются заниматься производством товаров.

Следует ответить на такие вопросы.

- Где будут изготавливаться товары?
- Место расположения компании.
- Какие производственные мощности потребуются?
- Основные средства, необходимые для организации производства.
- Где, у кого, на каких условиях будут закупаться сырьё, материалы, комплектующие изделия?
- Предполагается ли производственная кооперация и с кем?
- Издержки производства.

Организационный план

- Организационная структура компании.
- Схема управления.
- Состав подразделений и их функции.
- Рабочая сила, не связанная с управлением.
- Потребность в кадрах по профессиям.
- Заработная плата по профессиям.
- Управленческий персонал.
- Общие сведения об исполнительных работниках и руководящем персонале.
- Система стимулирования труда управленческих работников.
- Кадровая политика.

Оценка риска

В этом разделе следует:

- привести перечень возможных рисков (пожар, изменения в налогах, инфляция и др.) с указанием вероятности их возникновения и ожидаемого ущерба от этого;
- указать организационные меры по профилактике и нейтрализации указанных рисков;
- привести программу страхования риска: какая страховая компания выбрана, какой срок страхования, каковы страховые выплаты и т. п.; возможные риски: ограбление, пожар, наводнение, вандализм и т. п.

Финансовый план

Этот раздел следует посвятить планированию финансового обеспечения деятельности компании в целях наиболее эффективного использования имеющихся денежных средств.

- Рыночный потенциал компании в единицах данного товара.
- Цена товара.
- Объём продаж.
- План доходов и расходов.
- Выручка от продажи товаров.
- Производственные издержки, связанные в производстве и реализацией товаров по статьям.
- Общепроизводственные издержки по статьям.
- Налоги и отчисления.
- Чистая прибыль.

В данном примере расчёты показывают, что прибыль возрастает с ростом объёма производства.

Стратегия финансирования

- Сколько нужно средств для реализации проекта?
- Где можно получить необходимые средства и в какой форме?
- Когда можно ожидать возврата денежных средств и получения инвесторами дохода? Какова величина этого дохода?

Примечание. Ваш бизнес-план составляется в соответствии с вашими целями и задачами и может не включать все пункты бизнес-плана в полном предложенном объёме.

Примерный перечень тем для разработки бизнес-планов

Тема
Киоск канцтоваров
Киоск сувениров
Книжный киоск
Выпечка
Салон красоты
Химчистка
Ремонт компьютеров
Разработка компьютерных программ

Окончание

Тема
Репетиторство
Мини-типография
Закусочная
Студенческое кафе
Метро-кафе
Ресторан
Строительство дачных коттеджей
Туристическое агентство
Музыкальный магазин
Металлоремонт
Дед Мороз
Каток
Производство мороженого
Пошив модной одежды
Производство кормов для кошек и собак
Дисотека
Караоке-бар
Диско-бар
Аквапарк
Кинотеатр
Спортивный магазин
Производство сувениров со спортивной символикой
Спортивный комплекс

Особенности современной экономики России

Основные социально-экономические показатели

Показатель	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2019 г.
Валовой внутренний продукт: всего, млрд р. на душу населения, р.	7306	21 610	46309	83 087	110 046
	49 835	150 997	324 177	567 513	749 813
Доходы консолидированного бюджета, млрд р.	2097,7	8579,6	16 031,9	26 922,0	39 110,3
Расходы консолидированного бюджета, млрд р.	1960,1	6820,6	17 616,7	29 741,5	36 995,3
Индекс потребительских цен, %	120,2	110,9	108,8	112,9	103,0
Внешнеторговый оборот, млрд долл. США	141,4	363,9	638,4	534,4	672,8
В том числе: экспорт импорт	99,2	240,0	392,7	341,4	418,8
	42,1	123,8	245,7	193,0	254,1

Распределение численности занятых по уровню образования в 2019 г. (%)

	Всего	Мужчины	Женщины
Занятые - всего	100	100	100
в том числе имеют образование:			
высшее	34,2	29,7	39,0
среднее профессиональное	45,0	46,2	43,8
среднее общее	16,9	19,3	14,3
основное общее	3,7	4,6	2,7
не имеют основного общего образования	0,2	0,3	0,2

Индикаторы уровня жизни населения

Показатель	2000	2005	2010	2015	2019
Номинальная заработная плата, р.	2223	8555	20 952	34 030	47 468
Реальная заработная плата,					
% к предыдущему году	121	113	105	91	103
Величина прожиточного минимума, р. в месяц	1210	3018	5688	9701	10 890
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в % от общей численности населения	29	17,8	12,5	13,4	12,3
Минимальный размер оплаты труда (в среднем за год), руб.	107,8	746,7	4330	5965	11 280

Состав и использование денежных доходов населения (млрд р.)

Денежные доходы	2000	2005	2010	2015	2019
Денежные доходы – всего	3984	13 819	32 498	53 153	62 080
в том числе:					
доходы от предпринимательской деятельности	612	1580	2873	3450	3751
оплата труда наемных работников	2502	8782	21 190	28 066	35 995
социальные выплаты	551	1756	5762	9656	11 802
доходы от собственности	271	1425	2023	2739	2724
другие доходы	48	276	650	9242	7808
Денежные расходы и сбережения	2000	2005	2010	2015	2019
всего	3984	13 819	32 498	53 153	62 080
в том числе:					
покупка товаров и оплата услуг	3009	9614	22 614	41 054	50452
обязательные платежи	310	1390	3165	7282	9493
приобретение недвижимости	48	352	1105	1014	1460
прирост финансовых активов	617	2463	5614	3803	675

Внешняя торговля Российской Федерации, млрд долл. США

Показатель	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2019 г.
Внешнеторговый оборот	141,4	363,9	638,4	534,4	672,8
Экспорт	99,2	240,0	392,7	341,4	254,1
Импорт	42,1	123,8	245,7	193,0	254,1
Сальдо торгового баланса	57,1	116,2	147,0	148,4	164,7
В том числе:					
со странами дальнего зарубежья:					
экспорт	85,4	207,3	333,6	292,1	362,5
импорт	30,2	104,3	213,2	170,6	226,5
сальдо торгового баланса	55,1	103,0	120,4	121,5	136,0
со странами СНГ:					
экспорт	146,9	139,7	132,4	68,2	93,8
импорт	127,1	110,0	152,6	62,3	104,4

Словарь

Абсолютное преимущество — преимущество (страны) в производстве товара.

Акцизы — косвенные налоги на товары повышенного спроса и высокой доходности.

Акционерное общество (АО) — разновидность хозяйственного общества; это фирма, в которой собственность разделена на части по акциям.

Акция — долевая ценная бумага, которая даёт право на долю в капитале фирмы и на получение дохода из прибыли этой фирмы в виде дивиденда.

Альтернативная стоимость — упущенная выгода, лучший из вариантов, которые были отвергнуты в силу ограниченности ресурсов.

Амортизация — стоимость замены изнашивающегося оборудования, машин, зданий.

Бартер — обмен товара на товар без денег.

Барьеры для входа в отрасль — большой стартовый капитал, необходимый для производства данного товара, наличие лицензии на производство товара или услуги, коммерческая тайна, авторское или патентное право.

Безработные — люди, не имеющие работы, состоящие на учёте в центрах занятости и готовые приступить к работе немедленно.

Бизнес — любая деятельность по производству и обмену товаров и услуг, осуществляемая частными лицами или организациями в целях получения прибыли.

Блага — средства, удовлетворяющие потребности.

Богатство — стоимость всех вещей, которыми владеет человек.

Валовой внутренний продукт (ВВП) — рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведённых в стране за год.

Валовой национальный продукт (ВНП) — рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведённых за год гражданами страны с использованием национальных факторов.

Валютный курс — цена (котировка) денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны.

Валютный рынок — рынок, на котором обращаются международные валюты, функционируют валютные биржи.

Величина предложения (Qs) — количество товара, которое продавцы готовы продать по данной цене.

Величина спроса (Qd) — количество товара, которое купят при данной цене.

Внешнеторговый оборот — сумма экспорта и импорта страны.

Внешнеэкономический сектор — макроэкономический агент, объединяющий все остальные страны, которые взаимодействуют с данной страной.

Внешние эффекты — положительные или отрицательные воздействия на тех, кто не участвует в производстве или потреблении данного товара.

Выручка — стоимость всей произведённой продукции.

Глобализация — усиление взаимозависимости и взаимовлияния национальных экономик; это постепенное превращение мирового хозяйства в единый рынок товаров, услуг, капитала, рабочей силы и знаний.

Государственные закупки — закупки товаров и услуг, включающие государственное потребление и инвестиционные расходы государственных предприятий.

Государственный бюджет — финансовый план ожидаемых доходов и расходов государства за год.

Государство — институт политической власти, включающий центральные, региональные и местные органы управления, обеспечивающие законодательную, исполнительную и судебную деятельность.

Деньги — финансовый актив, который служит для совершения сделок. Особый товар, всеобщий эквивалент.

Детерминанты предложения — неценовые факторы предложения.

Детерминанты спроса — неценовые факторы спроса.

Дифференциация — процесс создания уникальной продукции, отличной от аналогов.

Долгосрочный период — период, в течение которого все факторы производства являются переменными.

Домашнее хозяйство — экономическая единица, состоящая из одного или нескольких лиц, которая самостоятельно принимает решения, является собственником какого-либо фактора производства, покупателем и потребителем товаров.

Естественная монополия — фирма, которая может производить товары и услуги с меньшими издержками, чем несколько фирм.

Естественный уровень безработицы — уровень безработицы при полной занятости.

Закон возрастающих альтернативных затрат — экономический закон, гласящий: если ресурсы задействованы полностью, то для производства каждой последующей единицы одного блага приходится жертвовать всё большим количеством другого блага.

Закон предложения — экономический закон, гласящий: при прочих равных условиях по высоким ценам продавцы предложат товара больше, чем по низким ценам.

Закон спроса — экономический закон, гласящий: при прочих равных условиях по низким ценам спросят товара больше, чем по высоким ценам.

Закон Энгеля — экономический закон, гласящий: с ростом дохода семьи структура расходов меняется: доля расходов на питание снижается, доля расходов на удовлетворение культурных потребностей увеличивается.

Закрытая экономика — государственный сектор вместе с частным сектором.

Занятые — люди, имеющие работу, в том числе занятые неполный рабочий день или неполную рабочую неделю.

Земля — условное название всех видов природных ресурсов, включающих участки земли, а также леса, водные ресурсы рек, морей, океанов, месторождения полезных ископаемых.

Издержки фирмы — денежная оценка затрат всех факторов, участвующих в производстве готовой продукции.

Импорт — закупка и ввоз в страну иностранных товаров и услуг.

Импортная квота — количественное ограничение на ввоз определённых товаров.

Инвестиции — расходы фирм на покупку инвестиционных товаров, т. е. товаров, которые поддерживают или увеличивают запас капитала.

Индивидуальное предложение — предложение одного отдельного продавца товара.

Индивидуальное предприятие — дело, которым владеет один человек.

Индивидуальный спрос — спрос, предъявляемый одним покупателем.

Интенсивный экономический рост — рост, обусловленный повышением качества используемых ресурсов.

Инфляция (лат. *influtio* — вздутие) — долговременное устойчивое повышение общего уровня цен, процесс обесценивания денег, который происходит в результате переполнения каналов обращения денежной массой.

Инфляция издержек — инфляция, при которой цены растут в результате роста затрат фирм на производство.

Инфляция спроса — инфляция, являющаяся результатом чрезмерного роста расходов государства, потребителей и частных инвестиций.

Источник налога — доход, из которого уплачивается налог.

Капитал — созданные человеком средства производства: здания, сооружения, оборудование, транспорт, материалы, полуфабрикаты.

Коммерческий банк — организация, основной деятельностью которой является выдача кредитов и принятие вкладов (депозитов). Процентные ставки по выданным кредитам выше процентных ставок по вкладам. Разница между этими показателями является банковской прибылью.

Коммерческий кредит — предоставление ресурсов одним предприятием другому в долг на условиях оплаты сегодняшней покупки в будущем.

Комплементарные блага — блага, дополняющие друг друга.

Краткосрочный период — период, в течение которого одни факторы являются постоянными, а другие — переменными.

Кривая Лаффера — график, показывающий, что с ростом ставки налога поступления в бюджет сначала растут, затем снижаются.

Кривая Лоренца («лук Лоренца») — график, иллюстрирующий, насколько велико расслоение доходов в обществе.

Кривая производственных возможностей — экономическая модель, показывающая различные комбинации выпуска двух товаров при данном объеме ресурсов и определенном уровне развития техники.

Кривая спроса показывает, какое количество товара готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент.

Ликвидность — способность быстрого превращения активов в средство платежа.

Макроэкономика изучает экономику страны как единое целое и рассматривает такие понятия, как валовой внутренний продукт, инфляция, безработица, денежное обращение, налоговая система, трансферты, государственный бюджет, баланс экспорта и импорта.

Маркетинг — вид экономической деятельности, состоящей в продвижении товаров и услуг от производителя к потребителю. Маркетинг включает рекламу, куплю, продажу, транспортировку и складирование, а также исследование рынка, продвижение товара на рынке, обслуживание потребителя и др.

Менеджмент — термин имеет три значения: как вид деятельности по управлению людьми; как область знания, помогающая осуществлять управление; как категория людей, выполняющих управленческую работу.

Микроэкономика изучает поведение отдельных потребителей, отдельных фирм, отдельных отраслей и регионов, рынков факторов производства.

Мировое хозяйство — совокупность экономик отдельных стран, связанных между собой системой международных экономических отношений.

Монетарная политика представляет собой меры по регулированию денежного рынка в целях стабилизации экономики.

Монополистическая конкуренция — рынок, на котором большое количество мелких фирм производят схожую продукцию.

Монополия — рынок, на котором присутствует единственный продавец уникального продукта.

Монопсония — вид рыночной структуры, при котором присутствует один покупатель.

Налоги — обязательные безвозмездные платежи в государственный бюджет и местные бюджеты, осуществляемые физическими и юридическими лицами в соответствии с законом.

Налоговая база — объект налога в стоимостном выражении.

Налоговая декларация — заявление налогоплательщика обо всех доходах, полученных им за определённый период (как правило, за год), а также обо всех скидках и льготах, которые ему причитаются.

Налоговый период — период, по окончании которого исчисляется налог.

Негосударственные пенсионные фонды (НПФ) — некоммерческие организации социального обеспечения.

Неограниченная имущественная ответственность владельца предприятия наступает тогда, когда он рискует всем своим состоянием, в том числе личным имуществом.

Низший (инфериорный) товар — товар, спрос на который снижается с ростом дохода потребителя.

Номинальная заработная плата — деньги, получаемые за труд в течение определённого периода времени.

Номинальный ВВП (НВВП) рассчитывается в ценах текущего года.

Норма банковского резерва — часть имеющихся у банка денег, которые он не имеет права выдавать в виде кредитов.

Нормальный товар — товар, спрос на который растёт с ростом дохода потребителя.

Носитель налога — лицо, которое фактически уплачивает налог.

Облигация — долговая ценная бумага, которая удостоверяет долг фирмы, даёт право на получение процента и возврат всей суммы долга по истечении срока.

Общие издержки (ТС) — сумма постоянных и переменных издержек.

Общий продукт — весь объём продукта, произведённого в единицу времени.

Объект налога — то, что облагается налогом: имущество, прибыль, доход.

Открытая экономика — закрытая экономика, дополненная внешнеэкономическим сектором.

Паевой инвестиционный фонд (ПИФ) — объединение средств для совместного приобретения активов и раздела рисков, прибыли, убытков.

Переменные издержки (VC) — издержки, величина которых изменяется в зависимости от увеличения или уменьшения объёма производства.

Повременная форма зарплаты — зарплата, размер которой зависит от фактически отработанного времени и уровня квалификации работника.

Покупательная способность бумажных денег определяется функционированием их в самом обмене и зависит от количества товаров и услуг, которые можно на них купить.

Полная занятость наступает, когда в стране отсутствует циклическая безработица.

Постоянные издержки (FC) не зависят от объёма произведённой продукции.

Потребительская корзина — минимальный набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности.

Потребительские расходы — расходы домохозяйств на покупку потребительских товаров и услуг.

Потребительский целевой кредит выдаётся под покупку конкретного товара или услуги.

Потребности выражают необходимость владеть чем-либо для осуществления жизнедеятельности и развития личности.

Пошлины (на импортные товары) — налоги в государственный бюджет, уплачиваемые импортёрами продукции.

Предложение (S) — зависимость между количеством товара, которое готовы продать продавцы за данный период времени, и ценами на этот товар.

Предложение труда — объём услуг труда, который работники готовы предложить при существующих ценах на труд.

Предпринимательство — инициативная новаторская деятельность, готовность к ведению дела в условиях риска. Это сам предприниматель, соединяющий факторы производства: труд, землю, капитал, а также его идеи, новшества, ноу-хау, умение принимать решения и идти на риск. Условно к этому фактору относят и время.

Предприятие — экономический агент, который владеет собственностью, производит товары и услуги, имеет доходы и расходы.

Прибыль фирмы — разница между выручкой фирмы и общими издержками.

Принцип ценового лидерства — принцип, по которому признанный лидер данной отрасли устанавливает свои цены, остальные фирмы им следуют.

Прогрессивная система налогообложения предполагает, что чем больше доход у субъекта, тем большая часть его изымается в виде налога.

Прожиточный минимум — минимальный уровень дохода, который необходим для оплаты потребительской корзины.

Производительность труда — выпуск продукта в расчёте на единицу труда.

Производственные возможности — возможности общества по производству экономических благ при эффективном использовании всех имеющихся ресурсов и при данном уровне развития техники и технологии.

Производство — процесс превращения факторов производства в товары и услуги.

Пропорциональное налогообложение осуществляется, когда доля налога в доходах не зависит от величины дохода.

Протекционизм — государственная политика ограничения свободной торговли.

Протекционистские барьеры вводятся на товары, аналогичные отечественным товарам.

Профсоюз — организация, представляющая интересы работников при проведении переговоров относительно заработной платы, дополнительных льгот и условий работы.

Прямые налоги устанавливаются непосредственно на доход или имущество.

Рабочая сила — включает экономически активное население страны. В её состав входят занятые и безработные.

Равновесная выручка (R_O) — стоимость товара в количестве Q_O , проданного по цене P_O .

Равновесная цена (P_O) — цена, при которой величина спроса равна величине предложения.

Равновесное количество (Q_O) — количество товара, которое покупатели готовы купить, а продавцы — продать по равновесной цене.

Разделение труда — разделение процесса производства на ряд отдельных этапов, выполняемых разными производителями.

Реальная заработная плата показывает, какое количество товаров и услуг можно приобрести на номинальную заработную плату. Реальная зарплата равна номинальной зарплате, делённой на индекс цен.

Реальный ВВП (РВВП) рассчитывается в сопоставимых ценах базового года как отношение номинального ВВП к индексу цен.

Реальный рынок — рынок, на котором продаются товары и услуги.

Регрессивная система налогообложения предполагает, что по мере возрастания дохода уменьшается доля налога в доходе.

Рынок труда — сфера устойчивого обмена услуг труда на заработную плату между продавцами и покупателями.

Рыночное предложение — совокупность всех индивидуальных предложений данного товара на данном рынке.

Рыночный спрос — совокупность всех индивидуальных спросов на данный товар на данном рынке.

Сальдо торгового баланса — разница между экспортом и импортом.

Сдельная форма заработной платы — заработная плата, размер которой зависит от количества произведённой продукции или оказанных услуг.

Семейный бюджет — финансовый план семьи, сопоставляющий доходы и расходы семьи за определённый период времени (месяц, год).

Совершенная конкуренция — рынок, на котором множество мелких фирм производят одинаковую продукцию и не имеют возможности контролировать цены на неё.

Специализация — использование ресурсов для производства определённых товаров.

Спрос (D) — зависимость между количеством товара, которое готовы купить покупатели за данный период времени, и ценами на этот товар.

Спрос на труд — объём услуг труда, который фирмы готовы приобрести при существующих ценах на труд.

Сравнительное преимущество имеет страна, если она производит товар с меньшей альтернативной стоимостью, чем другие страны.

Средние издержки — издержки фирмы, приходящиеся на одну единицу продукции.

Средние общие издержки (ATC), себестоимость продукции — стоимость производства одной единицы продукции.

Средние переменные издержки (AVC) — переменные издержки в расчёте на одну единицу продукции.

Средние постоянные издержки (AFC) — постоянные издержки в расчёте на одну единицу продукции.

Стагфляция — инфляция, сопровождаемая падением производства.

Страхование — защита интересов застрахованных лиц при наступлении страховых случаев за счёт уплаченных взносов. Страхование компенсирует денежные расходы граждан на восстановление потерянного имущества и здоровья.

Структурная безработица связана с изменением спроса на рабочую силу различных профессий и специальностей.

Субституты — блага, заменяющие друг друга.

Субъект налога — лицо, обязанное по закону уплачивать налог.

Товар — продукт, произведённый для потребления или обмена.

Труд — непосредственное применение физических и умственных способностей людей в процессе создания экономических благ.

Уровень безработицы показывает, какую долю составляет количество безработных от численности рабочей силы.

Услуга — деятельность, обладающая определённой ценностью.

Учётная ставка процента — ставка процента, по которой Центробанк предоставляет кредиты коммерческим банкам.

Финансовый рынок — рынок, на котором происходит движение денежной массы, размещение ценных бумаг: акций и облигаций.

Фирма — коммерческая организация, приобретающая экономические ресурсы для производства и продажи товаров и услуг в целях получения прибыли. Фирмы занимаются коллективным, или организованным, предпринимательством.

Фискальные барьеры вводятся на товары, которые не производятся в покупающей стране.

Фрикционная безработица вызвана личными причинами граждан, которые заняты поиском вакансий или ожиданием выхода на работу.

Функции управления — особые виды управленческой деятельности. Основные функции: анализ, планирование, организация, мотивация, учёт, контроль.

Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделённым на доли уставным капиталом. Это фирмы, которыми владеют два или несколько человек.

Ценная бумага — денежный документ, удостоверяющий имущественное право или отношение займа.

Циклическая безработица связана с циклическими колебаниями деловой активности в стране.

Частный сектор экономики — домашние хозяйства и фирмы.

Человеческий капитал — ценность работника, определяемая его природными способностями, уровнем образования, квалификацией, опытом работы, здоровьем, духовным богатством.

Черта бедности (по международной методике ЮНЕСКО) определяется как 1 долл. США на одного человека в день.

Чистый экспорт (X netto) — разность между экспортом и импортом.

Шкала предложения — таблица, отражающая зависимость между количеством товара, которое готовы продать продавцы за данный период времени, и ценами на этот товар.

Шкала спроса — таблица, отражающая, сколько товара готовы купить покупатели по каждой цене за данный период времени.

Экономика — наука, изучающая, как с помощью ограниченных ресурсов наиболее полно удовлетворить неограниченные потребности людей.

Экономическая модель даёт описание экономической ситуации при определённых допущениях.

Экономическая система — способ организации совместной деятельности людей в обществе. Понятие экономической системы включает такие механизмы принятия решений, как законодательная система, формы собственности, нормы морали, привычки, обычаи, принятые в данном обществе.

Экономический рост — долгосрочная тенденция увеличения реального ВВП.

Экономический цикл — периодические колебания деловой активности в стране.

Экспорт — продажа за границу товаров и услуг.

Экстенсивный экономический рост обусловлен тем, что в стране происходит увеличение количества ресурсов.

Эмбарго — запрет на импорт определённых товаров.

Эмиссия — выпуск ценных бумаг в обращение.

Эмиссия денег — выпуск в обращение дополнительного количества денег.

Юридическое лицо характеризуется следующими признаками: имеет обособленное имущество, отвечает по своим обязательствам этим имуществом, имеет имущественные права и обязанности, может быть истцом и ответчиком в суде, имеет самостоятельный баланс (смету) и собственный расчётный счёт.

Интернет-ресурсы

1. Федеральная служба государственной статистики: базы данных, статистическая информация <http://gotourl.ru/7326>
2. Федеральная служба по труду и занятости РФ
<http://gotourl.ru/7327>
3. Россия и Всемирная торговая организация <http://gotourl.ru/7328>
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения
<http://gotourl.ru/7329>
5. Банк России <http://gotourl.ru/7330>
6. Сбербанк России <http://gotourl.ru/7331>
7. Московская биржа <http://gotourl.ru/7332>
8. Журнал «Вопросы экономики» <http://gotourl.ru/7335>
9. Библиотека экономической и деловой литературы
<http://gotourl.ru/7336>
10. Общество защиты прав потребителей «Резонанс»
<http://gotourl.ru/7337>

Учебное издание

Королёва Галина Эриковна
Бурмистрова Татьяна Валентиновна

Экономика

10–11 классы
Базовый уровень

Учебник

Центр социально-гуманитарного образования
Ответственный за выпуск *Е. В. Зайцева*
Редакторы *В. И. Власенко, А. В. Поляков*
Внешнее оформление, макет *А. В. Борченко*
Художественные редакторы *А. В. Борченко, И. В. Шатрова*
Художник *А. Е. Максимова*
Компьютерная вёрстка *Н. И. Беляевой, О. В. Поповой*
Технические редакторы *Л. В. Коновалова, Е. А. Урвачева*
Корректоры *О. Ч. Кохановская, О. А. Мерзликина*

Дата подписания к использованию 30.01.2023. Формат 70×90/16.
Гарнитура JournalC. Усл. печ. л. 16,38. Тираж экз. Заказ № .

Акционерное общество «Издательство «Просвещение».
Российская Федерация,
127473, г. Москва, ул. Краснопролетарская, д. 16, стр. 3, этаж 4, помещение I.

Адрес электронной почты «Горячей линии» — **vopros@prosv.ru**.