

Общепрофессиональные
дисциплины



Л. Н. Череданова

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Начальное профессиональное образование

Учебник



соответствует
ФГОС

Л. Н. ЧЕРЕДАНОВА

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УЧЕБНИК

Рекомендовано

*Федеральным государственным учреждением
«Федеральный институт развития образования»
в качестве учебника для использования
в учебном процессе образовательных учреждений,
реализующих программы начального профессионального
образования по профессии «Бухгалтер»*

*Регистрационный номер рецензии 126
от 14 мая 2010 г. ФГУ «ФИРО»*

12-е издание, стереотипное



Москва
Издательский центр «Академия»
2013

УДК 33:65.011.12

ББК 65.012.1

Ч-46

Рецензенты:

совый директор ООО «Холдинг-Центр» Г.А. Струганова;
преподаватель экономических дисциплин высшей категории
Профессионального лицея № 14 г. Мурманска Л. В. Копылова

Череданова Л. Н.

Ч-46 **Основы экономики и предпринимательства : учеб. для уча-**
щихся учреждений нач. проф. образования / Л. Н. Чере-
данова. — 12-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Акаде-
мия», 2013. — 224 с.

ISBN 978-5-4468-0102-2

Рассмотрены этапы развития экономической науки, формы и юридические аспекты собственности, механизмы ценообразования. Описана роль малого предпринимательства и развития экономики. Особое внимание уделено организации финансирования предпринимательской деятельности и взаимодействие предпринимателей с кредитными организациями.

Учебник может быть использован при изучении общепрофессиональных дисциплин «Основы экономики», «Основы экономики организации» в соответствии с ФГОС НПО.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

УДК 33:65.011.12

ББК 65.012.1

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Череданова Л. Н., 2002

© Череданова Л. Н., 2012, с изменениями

© Образовательно-издательский центр «Академия», 2012

© Оформление. Издательский центр «Академия», 2012

ISBN 978-5-4468-0102-2

Данный учебник является частью учебно-методического комплекта по дисциплинам общепрофессионального цикла.

Учебно-методические комплекты нового поколения включают в себя традиционные и инновационные учебные материалы, позволяющие обеспечить изучение общеобразовательных и общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Каждый комплект содержит учебники и учебные пособия, средства обучения и контроля, необходимые для освоения общих и профессиональных компетенций, в том числе и с учетом требований работодателя.

Учебные издания дополняются электронными образовательными ресурсами. Электронные ресурсы содержат теоретические и практические модули с интерактивными упражнениями и тренажерами, мультимедийные объекты, ссылки на дополнительные материалы и ресурсы в Интернете. В них включен терминологический словарь и электронный журнал, в котором фиксируются основные параметры учебного процесса: время работы, результат выполнения контрольных и практических заданий. Электронные ресурсы легко встраиваются в учебный процесс и могут быть адаптированы к различным учебным программам.

Учебно-методический комплект разработан на основании Федерального государственного образовательного стандарта начального профессионального образования с учетом его профиля.

«Экономика — очаровывающая наука. И наиболее привлекательной ее делает то, что ее фундаментальные принципы столь просты, что могут быть записаны на одном листе бумаги и так, что каждый сможет понять их. И тем не менее их понимают не многие».

Милтон Фридман, лауреат Нобелевской премии по экономике

Предлагаемый вашему вниманию учебник по основам экономики и предпринимательства для многих будет полезен тем, что в нем изложены основные экономические понятия и показана та сфера жизни, в которой всем придется участвовать в большей или меньшей степени, независимо от характера деятельности. Мы считаем, что современному человеку необходимо иметь представление об экономической теории и практике. Экономике нужно изучать еще и потому, что наша жизнь зависит от экономических законов не менее, чем от законов природы.

Предпринимательство стало естественной составной частью российской экономики, одной из наиболее активных форм экономической деятельности. Изучая основы предпринимательства, вы должны научиться успешно работать в этой сфере деятельности.

Успех в бизнесе зависит от множества факторов. Одним из неременных условий достижения высокой результативности в этой области является получение необходимых знаний о формах и методах ведения предпринимательского дела.

Не стоит думать, что одного этого издания будет достаточно, чтобы изучить все вопросы экономики и предпринимательства и стать профессионалом. Мы познакомим вас с основными понятиями и закономерностями рыночной экономики, с тем, как они связаны между собой и как используются в повседневной деловой практике. Представьте себя начинающим предпринимателем. Ваша задача — пройти в процессе учебы весь предпринимательский цикл: от но-

вичка, который мечтает создать свою маленькую фирму, до главы солидного и процветающего предприятия. Подобно изобретателю предприниматель действует в условиях высокой неопределенности, перед ним задача — творческое воплощение идеи, причем в любой сфере деятельности.

Для того чтобы создать свое дело, нужно обладать определенными качествами — практичностью, интуицией, инициативностью, способностью рисковать, аналитическим складом ума и т.д. Необходимо знание потребительского рынка, так как именно от потребителя зависит, какие товары и услуги пользуются спросом. Поэтому, работая на себя, предприниматель одновременно работает и на все общество.

Предпринимательство — это и наука, без знания которой трудно ориентироваться в современной экономической жизни. Конечно, не каждый становится предпринимателем. Однако быть экономически грамотным человеком, иметь представление об основах бизнеса, маркетинга, менеджмента, бухгалтерского учета — требование времени, особенно для молодежи.

Книга, которую вы держите в руках, поможет сделать вас экономически грамотным и экономически мыслящим человеком.

В конце каждой главы даны контрольные вопросы и задания разной степени сложности, позволяющие лучше усвоить изложенный материал. Советуем вам, уважаемые учащиеся, после изучения каждой главы проверять себя, подумав, ответив и решив все вопросы и задания. Это стоит сделать потому, что сложность материала увеличивается от главы к главе.

Желаем вам успехов!

СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИКИ

Изучив эту главу, вы сможете:

- понять, что представляет собой экономика;
- назвать составные части экономики;
- рассказать, какие бывают виды товаров и услуг;
- описать отраслевую структуру экономики и стадии движения товара;
- объяснить, что такое макроэкономика и микроэкономика;
- определить два типа экономических систем, а также в какой системе находится наша страна.

1.1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Термин «экономика» появился еще в Древней Греции. Это сочетание двух греческих слов: «ойкос» — дом, хозяйство и «номос» — закон. Буквально этот термин можно перевести как «домоводство». Первоначально слово «экономика» означало «искусство ведения домашнего хозяйства». Постепенно это понятие расширилось и утратило свой прежний смысл.

Весь мир, который нас окружает, можно разделить на две большие части: то, что создано исключительно природой, и то, что создано человеком из материалов природы или без них для удовлетворения материальных и нематериальных потребностей.

Потребности человека очень разнообразны, поэтому попробуем их упорядочить и классифицировать (рис. 1.1).

Экономика — хозяйство, совокупность средств, объектов, процессов, используемых людьми для обеспечения жизни, удовлетворения потребностей путем создания необходимых человеку благ, условий и средств существования с применением труда.



Рис. 1.1. Виды потребностей

Поскольку экономика призвана удовлетворять разнообразные потребности людей, то нужно установить: кто, из чего и с помощью чего будет производить необходимые людям вещи, предметы.

Таким образом, мы подошли к понятию «ресурсы».

Ресурсы — то, что подлежит использованию в экономике. Ресурсы, которые необходимы для процесса производства, называют факторами производства. К основным факторам производства относятся: труд, капитал, природные ресурсы (земля), предпринимательская деятельность.

Труд — совокупность знаний, умений и навыков, физических и интеллектуальных способностей человека, т. е. рабочая сила, которую он использует при производстве продукта.

Капитал, или **инвестиционные ресурсы**, — все средства производства, произведенные человеком. К капиталу относятся: здания, сооружения, машины, оборудование, инструменты, а также полуфабрикаты, материалы, прошедшие первичную обработку.

Природные ресурсы (земля) — все естественные ресурсы, блага природы, применяемые человеком в процессе производства. К ним относятся: сельскохозяйственные угодья (пашни, луга), леса, вода, воздух, участки под новое строительство, добываемое сырье, полезные ископаемые и др.

Предпринимательская способность — особый фактор производства, соединяющий в процессе производства все остальные факторы в единую систему. Предпринимательская способность — это умение принимать решения и при необходимости — рисковать.

Таким образом, можно сделать второй вывод: экономика необходима для общественного производства, т. е. производства, в связи с которым люди вступают в общение друг с другом.

Все ресурсы обладают одним общим свойством — они ограничены. Трудовые ресурсы зависят от численности трудоспособного населения и времени, отведенного для их труда. Природные ресурсы не могут превзойти их запасы, имеющиеся в окружающей среде. Средства производства ограничены количеством созданных зданий, машин, материалов, энергии.

В связи с ограниченностью ресурсов необходимо задумываться над тем, что производить и потреблять, чтобы не выйти за пределы ресурсных возможностей. Следовательно, в экономике важную роль играет проблема выбора рационального использования ресурсов. Целесообразно изучить возможность замены одних видов ресурсов другими.

Ресурсы, способные замещать друг друга, называют *взаимозаменяемыми*.

Экономика — это совместно организованное производство в условиях ограниченности его факторов.

То, что создает экономика, можно назвать *экономическим продуктом*. Рассмотрим виды экономических продуктов:

- продукция — материально-вещественный и информационный продукт, созданный в процессе производства, т. е. произведенный продукт;
- товар — продукт, являющийся объектом купли-продажи, подлежащий обмену на другой продукт или деньги;
- услуги — особый вид экономического продукта, например, бытовые услуги, обучение, лечение и т. д.

Так что же представляет собой экономика? Есть множество различных определений экономики. В экономической литературе используют два очень похожих на первый взгляд понятия: «экономия» и «экономикс» (впервые этот термин появился в трудах британского экономиста Альфреда Маршалла).

Первое понятие объединяет все, что относится к экономической жизни страны, а второе означает современное направление в экономической науке (наряду с политической экономией), специальная теория рыночной экономики, изучающая рыночные инфраструктуры во взаимосвязи и взаимозависимости. На русский язык эти понятия часто переводят одним и тем же словом — «экономика», которое в зависимости от обстоятельств имеет первое или второе значение. Следует знать, что экономика — это общественная наука, очень тесно связанная с социологией и политикой.

Обобщая все сказанное, можно сделать следующий вывод: «Экономика — это наука о том, как люди (и общество в целом), имея ограниченные ресурсы, делают выбор в пользу производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения своих потребностей в настоящем и будущем».

1.2. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

В целях систематизации этапов развития экономической науки с момента становления до наших дней можно использовать табл. 1.1.

Первыми учеными-экономистами считают выдающихся греческих философов-мыслителей Аристотеля, Ксенофонта, Платона.

Аристотель приблизился к пониманию стоимости, природы богатства, денег, сути денежного обращения, что ставит его на ведущее место среди основателей экономической науки.

Меркантилизм с его идеей накопления в стране денег и развитием внешнеторговых отношений полностью отражал экономические позиции периода первоначального накопления капитала. Меркантилисты положили начало анализу объективного движения денег как капитала $D—T—D$ (деньги — товар — деньги), значению прибыли как определяющего мотива развития экономики. Поздние меркантилисты уже поняли, что деньги являются богатством не от природы, а в связи с особой общественной функцией всеобщего эквивалента.

Физиократы связывали получение богатства с развитием производства в сельском хозяйстве, и это также соответствовало развитию производительных сил XVIII в., когда промышленность находилась в зачаточном состоянии и основные источники получения доходов общества были связаны с сельскохозяйственным трудом.

Классическая школа перенесла понимание богатства на стоимость товаров, считая все производство источником прибыли. Этот период характеризовался первой промышленной революцией и бурным развитием техники во всех отраслях народного хозяйства, что привело к созданию системы рыночных отношений.

Суть идей А. Смита сводилась к следующему:

- богатство — это совокупность материальных средств производства и потребления данной страны. Его источник — труд в любой отрасли материального производства. Средство увеличения богатства — разделение тру-

Таблица 1.1. Этапы развития экономической науки

Основоположники экономической науки	Научная школа	Видные представители
Аристотель (384 — 322 до н.э.)	Древняя Греция	Платон (427 — 347 до н.э.), Ксенофонт (430 — 355 до н.э.)
Ж.-Б. Кольбер (1619 — 1683)	Меркантилизм (XV — XVII вв.)	Т. Мен (1571 — 1641), А. Монкретьен (1575 — 1621)
Ж. Тюрго (1727 — 1781)	Физиократия (XVIII в.)	Ф. Кенз (1694 — 1774), В. Мирабо (1715 — 1789)
А. Смит (1723 — 1790)	Классическая школа (XVIII — XIX вв.)	У. Петти (1623 — 1687), Д. Норс (1641 — 1691)
К. Маркс (1818 — 1883), Ф. Энгельс (1820 — 1895)	Марксизм (XIX — XX вв.)	Г. В. Плеханов (1856 — 1918), В. И. Ленин (1870 — 1924)
К. Менгер (1840 — 1921)	Маржинализм (XIX в.)	У. Джевонс (1835 — 1882), Ф. Визер (1851 — 1926)
А. Маршалл (1842 — 1924)	Неоклассическая школа (конец XIX — начало XX в.)	Д. Робинсон (1903 — 1983), Дж. Кларк (1884 — 1963)
Л. Вальрас (1834 — 1910)	Математическая школа (конец XIX — начало XX в.)	Р. Фриш (1895 — 1973), Л. Канторович (1912 — 1986)
Дж. М. Кейнс (1883 — 1946)	Кейнсианство (XX в.)	А. Хансен (1887 — 1975)
Ф. Хайек (1899 — 1992)	Экономический либерализм (XX в.)	Л. Эрхара (1897 — 1977), Й. Шумпетер (1883 — 1950)
М. Фридман (1912 — 2006)	Монетаризм (XX в.)	С. Кузнец (1901 — 1985)
В. Леонтьев (1906 — 1999)	Теории экономического роста (XX в.)	Р. Арон (1905 — 1983), У. Ростоу (р. 1916)

да, рост его производительности. Разделение труда и обмен — экономическая основа общества как трудового и менового союза;

- в процессе обмена возникает необходимость в деньгах как особом товаре, пользующемся всеобщим спросом;
- через деньги определяется стоимость товара. Смит различает потребительную и меновую стоимость. В основе пропорции обмена лежат затраты труда.

Данные идеи и составили основу *трудовой теории стоимости*.

Марксизм — теория, в которой дан анализ капиталистической системы хозяйствования. В своем главном труде «Капитал» К. Маркс продемонстрировал более глубокое по сравнению со своими предшественниками понимание таких категорий, как «стоимость», «труд», «прибавочная стоимость», «капитал», «земельная рента», «эксплуатация», а также продолжил развитие идеи двойственной природы труда.

Марксизмом были развиты идеи о закономерностях эволюции социально-экономических форм общества, создано учение об общественно-экономических формациях, раскрыт закон их смены — закон соответствия производственных отношений уровню и характеру производительных сил. Это позволило сделать вывод, что и капитализм, как всякая общественно-экономическая формация, имеет преходящий характер.

Маржинализм — учение, объясняющее экономические процессы и явления, исходя из предельной производительности и предельных издержек. Это учение часто опиралось на количественный анализ и использовало экономико-математические методы и модели.

Неоклассицизм появился в период второй промышленной революции, когда на повестку дня был поставлен вопрос об эффективности использования производственного потенциала капиталистического общества и необходимости выбора оптимальных вариантов развития экономики.

Лозанская школа (ее основатель — Л. М. Вальрас) — математическая — разработала теорию общего экономического равновесия, свела все положения неоклассического направления в систему уравнений. Математическую школу дополнили учения российских экономистов-математиков — В. К. Дмитриева и Е. Е. Слуцкого.

Дмитриев впервые предложил способы определения полных затрат труда на производство продукции и исчисления полных затрат на ее выпуск. Е. Е. Слуцкий — один из первых разработчиков тео-

рии вероятности, автор научно-прикладных работ в области экономики и статистики.

Кейнсианство возникло как альтернатива свободному рынку, не способному в условиях обострившихся экономических кризисов эффективно решать хозяйственные проблемы, потребовавшая активного вмешательства государства в экономическую жизнь общества. Возник новый раздел в экономической науке — *макроэкономика*.

Экономический либерализм — учение, которое сводится к минимизации государственного воздействия на экономику и предоставлению максимально возможной свободы действия производителям, предпринимателям, торговцам.

Монетаризм — это теория, основной принцип которой сводится к влиянию денежной массы на цены, инфляцию и экономические процессы. Монетаристы сводят управление экономикой к контролю государства над денежной массой, *эмиссией* денег, количеством денег, находящегося в обращении и запасах, достижению сбалансированности бюджета, установлению высокой ставки кредита.

Российская наука и практика внесли существенный вклад в развитие мировой экономической мысли.

Имена И. Т. Посошкова, Н. Г. Чернышевского, Г. В. Плеханова, В. И. Ленина, А. В. Чаянова, Н. Д. Кондратьева, Л. В. Канторовича и многих других занимают достойное место в мировой экономической науке. Работы Н. Г. Чернышевского и А. В. Чаянова составили теоретические основы проведения аграрной политики; Н. Д. Кондратьев внес вклад в теорию кризисов и экономической нестабильности; Л. В. Канторович явился создателем теории оптимальных решений в экономике и экономико-математическом моделировании (был удостоен Нобелевской премии по экономике); В. Леонтьев разработал метод «затраты — выпуск» (Нобелевская премия по экономике). Прогнозирование *экономического роста* на базе этого метода получило широкое распространение на Западе.

1.3. ЭКОНОМИКА КАК СОВОКУПНОСТЬ ОТРАСЛЕЙ. МАКРО- И МИКРОЭКОНОМИКА

Люди удовлетворяют свои многочисленные потребности при помощи разнообразных товаров и услуг, которые производит множество предприятий. Однородные предприятия, компании, фирмы, занятые выпуском аналогичной продукции, проведением сходных работ, выполнением однотипных услуг, удовлетворением сходных потребностей, объединяются в *отрасли*.

В экономике принято различать отрасли *материального производства* (иногда их называют отраслями производственной сферы), *занятые* производством материальной продукции, и отрасли *социально-культурной сферы*, создающие услуги, информацию, духовный продукт (их называют отраслями непроизводственной сферы).

К отраслям материального производства можно отнести промышленность, сельское и лесное хозяйство, строительство, транспорт, связь, материально-техническое обеспечение, торговлю, общественное питание, охоту, собирательство плодов, ягод, лекарственных растений и т. д.

Промышленность — ведущая отрасль экономики. К промышленности относят деятельность, связанную с добычей, обработкой, переработкой природных ресурсов и производством материальных благ, изготовлением продукции.

Промышленность подразделяют на множество отраслей:

- добывающую сырье (нефтяная, газовая, угольная и др.);
- обрабатывающую и перерабатывающую сырье (химическая, пищевая, металлургическая и др.);
- машиностроительную;
- легкую и др.

Кроме отраслей материального производства экономика включает такие отрасли социально-культурной сферы, как образование, культура и искусство, здравоохранение, социальное обеспечение, физическая культура и спорт.

Вместе с коммунальным хозяйством и бытовым обслуживанием населения эти отрасли относятся к так называемой *сфере услуг*. Ту часть экономики, которая непосредственно связана с конечными потребностями человека, семьи, социальных групп, общества и их удовлетворением, называют *социальной сферой*.

Если экономика социальной сферы занимает ведущее место в экономике страны и основная часть экономики «работает» на удовлетворение социальных запросов человека, то такую экономику называют *социально-ориентированной*. Структурно экономику подразделяют на макро- и микроэкономику.

Макроэкономика — это часть экономики, охватывающая экономические процессы в масштабах определенных территориальных границ (страны, региона, города). Макроэкономика исследует действия и развитие экономической системы в целом: валовой национальный продукт, экономический рост, занятость, общий уровень цен, инфляцию и т. д.

Главные объекты, которые находятся в центре внимания микроэкономики — это предприятия, компании, корпорации, фирмы, т. е. объекты, производящие продукцию, товары, услуги, а также рынки продажи товаров, рыночные цены, спрос и предложение на рынках.

Микроэкономика — часть экономики, связанная с поведением отдельных экономических субъектов (потребителей и производителей) на отдельных рынках.

Следовательно, микроэкономика — это, прежде всего, экономика предприятия, предпринимательской деятельности, которая изучает, каким образом устанавливаются объемы производства отдельных товаров и цены на них, как влияют налоги на экономическую деятельность предприятий и др. Однако строго очерченной границы между макроэкономикой и микроэкономикой нет. Многие темы и разделы экономики входят в оба эти понятия, т. е. макроэкономика и микроэкономика — две стороны единой экономической системы.

1.4. ВОСПРОИЗВОДСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Экономические продукты со временем становятся неспособными удовлетворять потребности людей, поэтому их необходимо непрерывно или периодически производить вновь. Процесс воссоздания, воспроизведения продукта в экономике называют воспроизводством. Он состоит из четырех частей: производства, распределения, обмена и потребления.

Производство — процесс создания материальных и нематериальных благ, необходимых для удовлетворения тех или иных общественных потребностей. В процессе производства происходит соединение таких факторов производства, как труд, капитал, земля и предпринимательская способность.

Распределение — стадия общественного производства, на которой произведенный продукт распределяется между базами, складами, магазинами, адресуется тому, кто его заказал, продается потребителям.

На рис. 1.2 показана система распределения товаров между производителями и потребителями.

Некоторые элементы этой системы необходимо кратко пояснить.



Рис. 1.2. Система распределения товаров между производителями и потребителями

Все, что позволяет собирать, хранить, передавать и получать информацию о товарах (средства связи и массовой информации, реклама и т. п.) получило название **коммуникации**.

Оптовые торговцы закупают товары у производителей в больших количествах и, разбивая их затем на мелкие партии, продают розничным торговцам или другим потребителям.

Розничные торговцы продают товар конечному потребителю — населению (в магазинах, киосках и т. п.).

Обмен — это стадия общественного производства, которая обеспечивает непрерывную связь производства, с одной стороны, и потребления — с другой.

Производство продукта только для удовлетворения потребностей производителя называется *натуральным хозяйством*, а для обмена путем купли-продажи — *товарным хозяйством*.

Приобретенный покупателем товар потребляется, используется, т. е. проходит *стадию потребления* (конечного использования).

Так завершается воспроизводственный процесс, а точнее, экономический цикл, так как воспроизводство практически никогда не завершается, а конец одного экономического процесса служит началом другого. Ведь под потреблением понимают и производственное потребление, при котором товар (продукт) вновь поступает в производство.

В политической экономии принято различать **простое воспроизводство** (продукт воспроизводится в том же количестве, в каком и потребляется) и **расширенное воспроизводство** (продукт воспроизводится в большем количестве).

Необходимо также отметить, что в производство, распределение, обмен и потребление экономического продукта вовлекаются не только товары в материально-вещественной форме, услуги, информационные ценности, но и рабочая сила, денежные средства, финансы. Они тоже воспроизводятся, но в других формах (см. гл. 4).

Циклический процесс воспроизводства характерен для всех экономических продуктов, но продолжительность отдельных стадий и всего цикла для разных продуктов товаров неодинаковы. Исследованием воспроизводства занимались такие выдающиеся ученые, как Адам Смит и Карл Маркс.

1.5. РАЗЛИЧНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Экономическая система — это способ организации общества для решения стоящих перед ним экономических вопросов: **что** (какие товары и услуги) следует производить; **как** их следует производить; **кто** будет их потреблять (как они будут распределяться).

Существует три способа решения этих вопросов обществом: согласно заведенным издавна обычаям (по традициям); путем отдачи распоряжений и приказов сверху вниз (командными методами); с помощью рынка.

Первый способ, основанный на традициях, используется в обществах с примитивной экономикой, неразвитым общественным характером производства, преобладанием замкнутого натурального хозяйства.

Второй способ решения проблемы общества «что — как — для кого производить» — командный.

Карл Маркс в своем главном труде «Капитал» утверждал, что необходимо установление общественной собственности на средства производства. Управление производством и распределением производственных благ согласно его теории должны осуществлять специально созданные для этого органы, состоящие из представителей трудящихся масс. Только в таких условиях, по мнению К. Маркса, можно добиться справедливого распределения благ между членами общества.

Идеи К. Маркса о необходимости и неизбежности установления общественной собственности на средства производства взяли на вооружение в России большевики во главе с В. И. Лениным. Сразу после революции в октябре 1917 г. были национализированы, т. е. переведены в собственность государства, все крупные предприятия, транспорт, средства связи, банки. Тогда же, в конце 1917 г.

появился первый орган централизованного управления экономикой страны (он назывался Высшим советом народного хозяйства), а в 1921 г. была создана Государственная комиссия по планированию при Совете труда и обороны РСФСР. Госплан СССР — главный экономический орган страны — обеспечивал разработку и выполнение единого народно-хозяйственного плана.

К началу 1920-х гг. страна оказалась на грани экономической катастрофы: резко упало производство товаров, цены росли со страшной быстротой, деньги обесценивались. Руководство страны вынуждено было разрешить предпринимательскую деятельность. Этот период известен в истории под названием «новая экономическая политика НЭП».

Однако во второй половине 1920-х гг. курс экономического развития страны вновь резко изменился: власти встали на путь централизованного управления и планирования экономики.

В 1928 г. был принят первый пятилетний план. С этого момента пятилетний план становится основной формой народно-хозяйственного планирования.

В условиях командной экономики, в которых наша страна находилась и от которых перешла к рынку, государство в лице своих административных органов (министерств, комитетов) принимало решения по производству и распределению любой продукции.

Основу централизованной системы составляла общественная собственность на все природные и производственные ресурсы страны.

Экономика должна была развиваться по единому, обязательному для всех народно-хозяйственному плану, а все крупные хозяйственные решения принимал экономический центр.

Роль экономического центра выполняли в нашей стране два главных экономических органа — Госплан, который устанавливал всем отраслям задания по производству, и Госснаб, который контролировал все хозяйственные связи между предприятиями. Управлять из одного экономического центра всеми предприятиями страны было невозможно, поэтому при составлении планов опирались на отраслевые министерства, которые выполняли функции центра для своих отраслей.

Плановая экономика породила множество серьезных экономических проблем и противоречий:

- ошибки планирования приводили к тому, что одних товаров производилось больше, чем нужно, а других — меньше, т. е. возникал, с одной стороны, избыток, с другой — дефицит товаров и услуг;

- планы составляли центральные органы власти на длительные промежутки времени (пять лет), поэтому они были негибкими, так как не успевали за изменениями в реальной жизни;
- у производителей отсутствовала свобода выбора, что обусловило отсутствие заинтересованности делать товары лучше, поэтому качество товаров и услуг всегда было одной из наиболее трудноразрешимых проблем плановой экономики;
- центральные органы власти не только устанавливали задания по производству и закрепляли поставщиков за потребителями продукции, но и назначали цены на все товары и услуги. Предприятия, принадлежащие государству, платили за ресурсы не из своего, а из государственного бюджета. Задача экономии средств перед ними не стояла, поэтому плановая экономика всегда страдала расточительством, нерациональным использованием ресурсов;
- потребители, как и производители, страдали от низкого качества товаров и их дефицита;
- потребности людей со временем менялись, но производство, действовавшее в жестком плановом режиме, систематически «отставало» от растущих запросов людей.

Перечислены лишь некоторые основные проблемы плановой экономики, однако они позволяют сделать вывод.

Экономика в системе централизованного управления и планирования становится негибкой, расточительной, страдающей хроническим дефицитом товаров и услуг. Принимаемые меры (призывы экономить затраты, повышать качество продукции, воспитывать чувство хозяина) улучшения не приносили, поэтому встал вопрос о коренном реформировании экономики.

Наконец, третий способ решения обществом экономических вопросов «что — как — для кого производить» основан на рыночной экономике, которая предполагает:

- во-первых, **свободный обмен** между продавцами и покупателями. Никто не принуждает их заключать сделки, покупать и продавать. Единственный стимул, который движет продавцами и покупателями на рынке, — это взаимная выгода от совершения сделки;
- во-вторых, это **реальная материальная ответственность** участников рыночного обмена. Продавцы и покупатели, действуя на рынке, затрачивают собственные средства и рискуют ими;

- в-третьих, это **конкуренция** между производителями — продавцами товаров и услуг за потребителей — покупателей их продукции.

Собственный интерес людей является главным стимулом в рыночной экономике. Решая выпускать тот или иной товар, производитель рассчитывает получить прибыль, возникающую в случае превышения доходов от продажи товара или услуги над расходами, связанными с его производством и реализацией.

Прибыль — важнейший экономический стимул в рыночной экономике.

Таким образом, можно сделать вывод: рыночная экономика — это такая форма организации хозяйства, при которой производители и потребители взаимодействуют посредством рынка, отвечая на вопрос «что — как — для кого производить» с помощью системы цен, прибылей и убытков, спроса и предложения.

Для рыночной экономики характерны:

- эффективное функционирование частной собственности и стимулирование конкуренции со стороны государства;
- взаимодействие спроса и предложения через взаимодействие продавцов и покупателей ресурсов, товаров, услуг;
- политика государства, основанная на экономической демократии.

Главное достоинство рыночной системы заключается в том, что конкуренция производителей и покупателей запускает механизмы саморегулирования и саморазвития, обеспечивающие реализацию достижений научно-технического прогресса (НТП) и движение по пути минимизации издержек, максимизации прибыли, а следовательно, создающие больше возможностей для удовлетворения возрастающих потребностей.

К началу XXI в. большая часть государств мира признала необходимость и целесообразность экономики, основанной на рыночных отношениях.

В реальной экономической действительности в чистом виде ни рыночной, ни командной экономики не существует, а имеет место смешанная экономика преимущественно командного либо рыночного типа с различной социальной окраской.

Наиболее современными являются модели социальной рыночной экономики. Их функционирование построено на достижении сбалансированности экономической и социальной эффективности.

Период перехода от плановой экономики к рыночной — это очень сложный и длительный процесс. Рассмотрим результаты реформирования экономики России за последние десятилетия. Если рассматривать глобальные цели реформирования (экономический рост, повышение эффективности и жизненного уровня народа), то, конечно, они пока не реализованы.

Нужно иметь в виду, что спад производства в период перехода к рынку — явление закономерное, характерное для всех стран. То же относится и к социальным проблемам.

Снижение инвестиционной активности вызвано конкретными причинами: прекращением централизованного инвестирования из государственного бюджета, нестабильностью политической и экономической ситуации, постоянными изменениями в налогообложении, отсутствием стабильного рынка частных капиталов.

Реальный уровень жизни, по оценкам, значительно упал, но потребление в настоящее время относительно стабильное. В то же время, по данным опросов, в российских семьях намного больше товаров длительного пользования, чем до начала реформ. Расширился ассортимент отечественных и импортных товаров, исчезли дефицит и очереди, большинство населения приватизировало жилье и стало собственниками недвижимости, а это тоже показатели уровня жизни.

Можно сказать, что в России созданы основы рыночной экономики: многообразие форм собственности; функционирование рыночной инфраструктуры; демонополизация экономики; структурная перестройка экономики; развитие малого предпринимательства.

В Российской Федерации к 2008 г. сформировались тенденции устойчивого социально-экономического роста. В 2007 г. прирост валового внутреннего продукта (ВВП) составил 8,1 % при росте инвестиций в основной капитал — 21,1 %.

Однако мировой финансовый кризис, затронувший и нашу страну, поставил новые острые социальные и экономические проблемы перед всеми ветвями власти государства. Руководство страны разработало антикризисный план, содержащий мероприятия, направленные на выполнение всех социальных обязательств, принятых на себя государством с учетом инфляции.

Приоритетными задачами социально-экономической политики, направленной на повышение эффективности экономики и создание новых рабочих мест, являются:

- реализация инвестиционных и инновационных проектов в высокотехнологичных сферах экономики;
- модернизация научно-технологического комплекса, поддержка отечественных производителей, создание конкурентоспособной продукции;
- сокращение технологического отставания от развитых стран;
- развитие и модернизация образования, здравоохранения, жилищной сферы и агропромышленного комплекса;
- создание и совершенствование рыночных институтов, а также развитие малого предпринимательства.

В связи с этим возникает необходимость обеспечения модернизируемых и вновь создаваемых рабочих мест необходимыми квалифицированными кадрами.

Предстоящее вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию (ВТО) и открытие внутреннего рынка страны для иностранных компаний потребует от российских организаций существенного повышения качества выпускаемых товаров и оказываемых услуг.

Для обеспечения конкурентоспособности российских предприятий в новых условиях необходима реструктуризация и диверсификация отраслей экономики, что повлечет за собой изменение сложившейся структуры занятости населения и будет сопровождаться сокращением неэффективных рабочих мест и высвобождением работников, расширением сферы услуг, развитием инновационных направлений деятельности и возникновением новых профессий.

В связи с этим внимание государства в первую очередь направляется на приоритеты инновационного развития, обеспечивающие ускорение экономического роста за счет опережающих темпов производства новой продукции, сокращение технологического отставания от развитых стран.

В целях поддержки и развития стратегических отраслей промышленности, в которых позиции страны снижаются, государством учреждены крупные корпорации. Так, например, создание ОАО «Объединенная судостроительная корпорация» нацелено на сохранение и развитие научно-производственного потенциала оборонно-промышленного комплекса, концентрацию интеллектуальных, производственных и финансовых ресурсов при реализации проектов строительства кораблей и подводных лодок для Военно-морского флота, развития гражданского судостроения.

Созданная Государственная корпорация «РОСНАНО» с капиталом 130 млрд руб. для развития национальной наноиндустрии при-

звана обеспечить формирование рынка нанотехнологической продукции и услуг. Примерно через пять лет расстановка сил на экономической и, как следствие, на политической карте мира будет зависеть от уровня развития нанотехнологий в стране. Будущие лидеры уже известны: Соединенные Штаты Америки, Израиль, Япония, Южная Корея, Германия, Финляндия.

Принято считать, что Россия отстает в освоении нового рыночного пространства. Это не совсем так. У нашей страны есть все возможности сохранить статус могущественной державы и оказаться в списке первых государств мира, так как она обладает уникальным научным потенциалом.

Одним из приоритетных направлений экономической политики государства должно стать создание благоприятных условий для развития малого предпринимательства. Мировой и отечественный опыт развития экономики демонстрирует все возрастающее значение предпринимательства.

В структуре российской экономики малый и средний бизнес занимает в настоящее время незначительное место, что серьезно сдерживает темпы экономического роста страны. Их доля в ВВП России составляет всего лишь 17 %, тогда как в развитых странах — 50 %.

Одним из приоритетных направлений экономической политики в России должно стать создание благоприятных условий для развития молодежного предпринимательства.

Задача по увеличению доли занятости экономически активного населения в предпринимательской деятельности до 60—70 % не может быть решена без активного включения в нее молодежи как наиболее активной и предприимчивой части населения нашей страны.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАНИЯ

1. Прочитайте этот список и скажите, какие вещи вы отнесете к категории личных потребностей, а какие — к категории производственных:

- музыкальный центр;
- урожай сахарной свеклы;
- спортивный зал;
- кирпич;

- компьютер;
- велосипед;
- аэровокзал;
- металл.

2. Автор известного экономического учебника, лауреат Нобелевской премии по экономике, американец П. Самуэльсон дает пять возможных определений экономической науки:

- виды деятельности, связанные с обменом и денежными сделками между людьми;
- использование людьми редких или ограниченных ресурсов для производства различных товаров и распределение их между членами общества в целях потребления;
- повседневная деловая жизнедеятельность людей, извлечение ими средств к существованию и использование этих средств;
- налаживание и осуществление производства и потребления;
- богатство.

Какое из этих определений вам ближе?

3. Какие из перечисленных ресурсов вы отнесете к разряду природных, трудовых и производственных:

- сверлильный станок;
- газовое месторождение;
- железнодорожный вагон;
- рабочие;
- рыба в море;
- железная дорога;
- владелец магазина?

4. Подготовьте доклад об этапах развития экономической науки. В своем докладе постарайтесь осветить идеи трех выдающихся теоретиков, признаваемых большинством экономистов земного шара: А. Смита, К. Маркса, Дж. Кейнса.

5. Укажите, какие предпосылки необходимы для эффективного функционирования рыночной экономики:

- самостоятельность экономических субъектов на рынке;
- директивное планирование;
- свободный выбор партнеров по хозяйственным связям;
- централизованное установление цен;
- конкуренция производителей;
- превращение экономики в открытую систему с включением российской экономики в мировую экономику.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Для чего нужна экономическая деятельность?
2. Что относится к факторам производства?
3. Какие виды потребностей свойственны практически всем людям? Чем общественные потребности отличаются от личных?
4. Какие органы централизованного планирования существовали в нашей стране?
5. Назовите основные задачи социально-экономического развития России на перспективу.

СУБЪЕКТЫ, ОБЪЕКТЫ И ОТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ

Изучив эту главу, вы сможете:

- понять, что представляет собой собственность и зачем она нужна;
- назвать субъекты и объекты собственности;
- перечислить формы собственности;
- объяснить процесс развития и перестройки отношений собственности в нашей стране;
- определить главные цели и способы приватизации.

2.1 СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «СОБСТВЕННОСТЬ». ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОБСТВЕННОСТИ

С проблемами собственности мы сталкиваемся ежедневно в течение всей жизни. Важно различать право собственности и отношения собственности.

Право собственности — это право контролировать использование определенных ресурсов и распределять возникающие при этом затраты и доходы. Право собственности выражает отношение человека к вещи как «к своей» или как «к чужой».

Отношения собственности — это система отношений между людьми по поводу присвоения и отчуждения благ, в первую очередь факторов производства.

Основу экономической системы составляют отношения собственности, оформленные юридически и институционально. Собственники факторов производства вступают в производственный процесс в целях реализации собственных интересов. Этим интересам подчиняется процесс развития производства, распределения,



Рис. 2.1. Экономическая и юридическая сущность собственности

обмена и потребления материальных и нематериальных благ и услуг. Характер отношений собственности определяет содержание всех производственных отношений экономической системы. Известно, что коммунистическая система тяготеет к общественным, коллективным формам собственности на средства производства, тогда как капиталистическая, рыночная система отдает предпочтение частной собственности. В течение 70 лет в нашей стране существовала только государственная форма собственности, что привело к государственному монополизму в экономике. Однако хозяйство, основанное на господстве государственной собственности, оказалось неэффективным. В настоящее время и отечественные, и зарубежные специалисты признают возможность сосуществования в одной стране различных форм собственности.

Итак, в чем заключается суть понятия «собственность» и зачем она нужна?

Собственность — это принадлежность объектов определенным людям. Это понятие основано на отношении между человеком (группой людей), с одной стороны, и предметами, вещами, объектами, с другой, проявляющемся в том, что человек (группа людей) обладает вещами, присваивает или отчуждает их у других людей в свою пользу.

В отношениях собственности всегда присутствуют две стороны: субъект и объект собственности.

Субъект собственности, или собственник, представляет активную сторону отношений собственности. Субъектами собственности являются люди (юридические лица), обладающие собственностью, владеющие, распоряжающиеся и пользующиеся ею.

Объект собственности — это пассивная сторона отношений собственности. К объектам собственности относятся: земля, природные богатства, информация, движимое и недвижимое имущество, денежные средства, духовные ценности, рабочая сила, которые полностью или частично принадлежат собственнику.

Чаще всего объект собственности называют просто собственностью. Собственность — категория многоплановая. Экономическую и юридическую сущность собственности можно представить с помощью схемы, приведенной на рис. 2.1.

2.2. ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ. ПЕРЕСТРОЙКА ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ В НАШЕЙ СТРАНЕ

Форма собственности зависит от того, кто является ее собственником. В Российской Федерации существуют частная, государственная и иные формы собственности (рис. 2.2).

Собственность считается частной, если правом на нее обладает один человек или сравнительно небольшая группа людей, каждый из которых имеет свою долю.

Государственная собственность находится в правовом распоряжении государственных органов (и законодательных, и исполнительных).

Муниципальная собственность находится в распоряжении органов местной власти (города, поселка и т. д.).

Промежуточное место между государственной и частной занимает общая собственность нескольких субъектов.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации (ГК РФ) общая собственность подразделяется на совместную и долевую.

Общая совместная собственность принадлежит всем собственникам и не делится между ними на части. Общая долевая собственность разделена на доли (части).



Рис. 2.2. Формы собственности

В товариществах, обществах с ограниченной ответственностью, кооперативах доля каждого собственника называется **паем**.

Процессы общего развития собственности в настоящее время имеют следующие характерные черты:

- во всех государствах разрешено наличие иностранной собственности на их территории;
- во многих странах узаконено наличие частной собственности на средства производства, и ее объем постоянно увеличивается;
- возрастает значимость и доля корпоративной (акционерной) собственности, которая становится основной;
- обособляются муниципальная, региональная и общегосударственная (федеральная) формы собственности;
- широко распространены процессы разгосударствления, приватизации государственной собственности.

В нашей стране осуществляется сложный процесс перестройки отношений собственности.

Сложившаяся в конце 1920-х гг. командно-административная система управления привела к монополистическому диктату производителей над потребителями и дефицитной экономике. Это обусловило переход к принципиально новой системе отношений собственности.

Переход к новой системе отношений собственности осуществляется в результате приватизации, т.е. разгосударствления предприятий и передачи их в собственность коллективов предприятий и учреждений, частных лиц и общественных организаций.

Переход от одних форм собственности к другим может идти двумя путями: эволюционным — на основе поиска более эффективных методов пользования и распоряжения, и преодоления неэффективных методов, т.е. на основе конкурентного процесса, и революционным, насильственно утверждающим господство новых форм собственности.

Как показывает мировой опыт, национализация (передача частной собственности в собственность государства) осуществляется намного легче, чем обратный процесс — приватизация.

В России в течение 70 лет сохраняла монопольное положение государственная форма собственности. В начале 1990-х гг. сложилась следующая структура видов собственности на основные производственные фонды:

<i>Вид собственности</i>	<i>Балансовая стоимость, %</i>
Государственная	89,2
Кооперативная	1,4
Колхозная	8,3
Личная	1,1

При сохранении монопольного положения одного собственника (в данном случае государства) невозможно полноценное развитие рыночных отношений.

Приватизация части государственной собственности в России — естественное следствие перехода к рыночной экономике. Рассмотрим процесс приватизации государственной собственности (рис. 2.3).

Целесообразно дать краткую характеристику элементов схемы:

- объекты приватизации — предприятия материальной и социальной сферы, незавершенное строительство, земля, жилье;
- субъекты приватизации — российские физические и юридические лица, трудовые коллективы, иностранные физические и юридические лица;
- цели приватизации — рост эффективности производства и его объемов, создание рыночного механизма регулирования экономики, демонополизация, стабилизация



Рис. 2.3. Схема процесса приватизации государственной собственности

финансов, пополнение бюджетов всех уровней, повышение стимулов труда;

- средства, на которые осуществляется приватизация, — денежные сбережения населения, приватизационные книжки, сертификаты, купоны, ваучеры; приватизационные счета и фонды стимулирования предприятий, вклады иностранных инвесторов;
- формы приватизированной собственности — частное предприятие, народное предприятие, закрытые и открытые акционерные общества, аренда с правом выкупа, малое предприятие, совместное предприятие;
- направления использования полученных от приватизации средств — погашение государственного долга, финансирование крупных социальных и экономических программ, создание новых рабочих мест, поддержка предпринимательства и малого бизнеса, социальное обеспечение, изъятие из оборота инфляционных денег;
- способы приватизации — бесплатная передача, конкурсный отбор, аукционная продажа и др.;
- методы финансовой оценки приватизируемой собственности — балансовая стоимость, остаточная стоимость, условная оценочная стоимость, рыночная стоимость.

В России в результате приватизации, начатой в 1991 г., большая часть государственных предприятий перешла в собственность акционеров. Были использованы три способа приватизации объектов государственной собственности.

1. Распределение общей стоимости приватизированных объектов поровну между всеми жителями страны. В результате на каждо-

го человека приходится определенное количество денег. На эти деньги государство выдает каждому человеку приватизационные чеки — ваучеры. На ваучер приобретаются акции приватизируемых предприятий, которые превращаются в акционерные компании.

2. Безвозмездная передача приватизируемых средств производства трудовым коллективам предприятий.

3. Продажа государственной собственности по рыночным ценам тем, кто имеет деньги и желает приобрести на них эту собственность на аукционах, конкурсах.

В Российской практике приватизации было использовано сочетание всех этих способов. Однако из-за высокого уровня инфляции в эти годы оценка предприятий по их стоимости оказалась заниженной, что позволило выкупить предприятия по очень низким ценам, а это в свою очередь не дало больших поступлений от приватизации в государственный бюджет.

В последнее время благодаря использованию аукционных форм продажи цены на государственную собственность приблизились к рыночным. Однако за прошедший период повысить эффективность российской экономики путем приватизации все-таки не удалось.

Процесс приватизации в России можно условно подразделить на три периода:

- первый период — с начала приватизации в ноябре 1991 г. до 1 июля 1994 г. — ваучерный этап. За 2,5 года количество государственных и приватизированных предприятий составило приблизительно 57,2 и 42,6 % общего количества предприятий;
- второй период — с июля 1994 г. по август 1995 г. — число государственных предприятий уменьшилось по сравнению с числом приватизированных: соответственно 48,5 и 50,5 %;
- третий период — с начала 1996 г., когда приватизированные предприятия по доле в численности занятых и выпуске продукции уже преобладали. Количественным результатом приватизации стало изменение структуры собственности в пользу частной: в настоящее время доля частных предприятий составляет примерно 90 %.

При всей важности процесса приватизации следует отметить, что он лишь часть более широкого процесса — разгосударствления экономики. В ходе разгосударствления изменяется экономическая роль и функции государства.

Государство начинает регулировать экономические процессы не посредством директивных указаний, а преимущественно с помощью экономических рычагов. В процессе разгосударствления экономики государство снимает с себя функцию распределителя имеющихся ресурсов, предоставляя ее рынку, а также переходит от обязательных государственных заданий по производству продукции к системе государственных закупок. Происходит ликвидация государственной монополии внешнеэкономической деятельности.

Несмотря на необходимость и неизбежность разгосударствления собственности, определенная ее часть останется в ведении государства. Кроме того, превращение государственной собственности в частную не является достаточным условием эффективного хозяйствования.

Необходимо изменить психологию людей, для того чтобы побудить их активно заниматься производством и предпринимательством.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАНИЯ

Выберите правильные варианты ответов.

1. Укажите, какие из перечисленных процессов можно отнести к национализации, денационализации, приватизации, деприватизации:

- а) возвращение с санкции государства усадьбы на Балтийском побережье прежним владельцам;
- б) распродажа и безвозмездное распределение акций;
- в) возвращение себе прежними владельцами усадьбы;
- г) продажа государственного жилья квартиросъемщикам;
- д) указ о повсеместной передаче земли в собственность государству;
- е) отказ от государственной монополии в целях развития конкуренции.

2. Администрация города под давлением экологического движения «Зеленые» решила закрыть химический завод. Это свидетельствует об использовании следующего правомочия:

- а) права владения;
- б) права распоряжения;
- в) права на запрещение вредного использования.

3. Частная собственность — это форма юридического закрепления за гражданином прав:

- а) владения и применения какого-либо имущества;

- б) пользования и распоряжения каким-либо имуществом;
- в) применения и распоряжения каким-либо имуществом;
- г) владения, пользования и распоряжения каким-либо имуществом.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Дайте определение понятия «право собственности».
2. Почему собственность является экономическим понятием?
3. В чем состоит различие экономического и юридического определений собственности?
4. Дайте определение понятия «частная собственность».
5. Имеется ли различие между содержанием понятий «право собственности» и «отношения собственности»? Если есть, то какое?
6. Объясните суть понятия «государственная собственность». Охарактеризуйте муниципальную собственность.
7. В чем заключается различие понятий «пользование» и «владение»?
8. Зачем нужна приватизация государственной и муниципальной собственности? В чем заключается ее цель?
9. Какие способы приватизации вам известны?
10. Привела ли приватизация в России к желаемым результатам? Ответ обоснуйте.
11. Дайте определение понятия «национализация собственности».

МЕХАНИЗМ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Изучив эту главу, вы сможете:

- назвать главные отличительные черты рыночной системы экономических отношений;
- перечислить основные функции рынка;
- рассказать о законах спроса и предложения;
- описать роль конкуренции в условиях свободного рынка;
- объяснить суть понятия «монополия»;
- определить противоречия рынка, в результате которых возникают экономические кризисы.

3.1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ РЫНКА

Для понимания сущности процессов, происходящих в экономике, необходимо изучить понятия и категории, характеризующие сущность рыночных отношений.

Стихийная, саморазвивающаяся и саморегулируемая рыночная экономика достигла своего максимального развития к середине XIX в.

Выдающийся английский экономист Джон Кейнс (1883—1946) предложил новую концепцию понимания рыночной экономики: рыночная экономика нуждается в регулировании, которое может осуществлять государство. Он отвергал концепцию автоматического стихийно-рыночного восстановления равновесия в экономической системе.

Государство, по мнению Дж. Кейнса, должно поддерживать занятость на определенном эффективном уровне, регулировать соотношение между сбережениями и потреблением, стимулировать инвестиции.

Общий уровень общественного производства и занятости зависит не только от производственных возможностей общества, но и

от платежеспособного спроса. Государство же может воздействовать на общую величину спроса. Для стимулирования экономического роста может быть использована «политика экспансии»: стимулирование инвестиций за счет снижения налогов, уменьшения процентных ставок; увеличение пенсий, пособий. Все это повышает покупательную способность, которая вызывает рост производства и занятости, что еще больше увеличивает совокупный спрос. Возникший избыток спроса, недостаток сырья и рабочей силы вызывает рост цен, что обязывает государство проводить «политику сдерживания»: увеличивать налоги, повышать процент для сдерживания инвестиций, урезать государственные расходы. Такие меры снижают покупательскую способность населения и совокупный спрос.

В результате реформ, связанных с новой ролью государства, капитализм, по мнению Дж. Кейнса, превращается в систему либерального социализма.

В середине 1970-х гг. государственно-регулируемую рыночную экономику охватил кризис. Потребовалась новая концепция, которая, сохраняя регулируемый характер рыночной экономики, помогла бы государству найти «экономический» механизм воздействия на экономику. Эту задачу попытались решить представители школы монетаризма, которые сводили вмешательство в экономику к регулированию денежной массы.

Существуют три основные сферы рыночной экономики:

1) потребительские домохозяйства (потребители) — в экономической теории так называют покупателей, приобретающих товары и услуги для удовлетворения **собственных** потребностей;

2) предпринимательские фирмы, использующие факторы производства для создания товаров и услуг, которые потом приобретают потребительские домохозяйства;

3) государство выступает как особая сфера рыночной экономики, которая связана и с домохозяйствами, и с фирмами:

- домашние хозяйства оказывают услуги государству, а государство оказывает своим гражданам социальные услуги. На этой основе возникают взаимные денежные потоки: государство выплачивает заработную плату служащим, а от потребительских домохозяйств государству поступают налоги;
- такие же связи осуществляются между государством и фирмами: государству от фирм поступают товары, а фирмам от государства — услуги; государство закупает у фирм продукцию, а фирмы направляют государству налоги.



Рис. 3.1. Схема «классической» рыночной экономики

Таким образом, связь между тремя основными сферами рыночной экономики можно изобразить в виде замкнутых (циклических) потоков товаров и денег (рис. 3.1).

Рассмотрим понятие «рынок».

Рынок — это целостная система экономических отношений между продавцами и покупателями, складывающихся в связи с формированием свободных цен, которые колеблются в зависимости от динамики спроса и предложения.

Рынок представляет собой сложную структуру, для классификации которой используют следующие критерии:

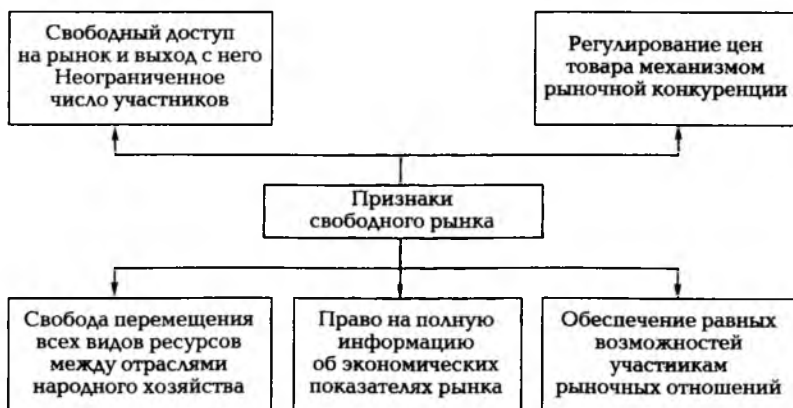


Рис. 3.2. Основные признаки рынка

- экономическое назначение объектов рыночных отношений (рынки труда, ценных бумаг, товаров и услуг и т. д.);
- географическое положение (местный, национальный, мировой рынки);
- степень ограничения конкуренции (монополистический, олигополистический рынки);
- отрасль (автомобильный, нефтяной рынки);
- характер продаж (оптовый, розничный рынки).

Существует пять основных признаков рынка (рис. 3.2), отличающих его от других типов организации экономической деятельности.

Рыночные отношения оказывают огромное влияние на все стороны хозяйственной деятельности, выполняя следующие функции:

- информационную (обеспечивают платежеспособную общественную потребность);
- регулируемую (способствуют изменению структуры производства в соответствии с платежеспособными потребностями);
- интегрируемую (позволяют признать индивидуальный труд как частицу общественного);
- стимулирующую (вынуждают снижать затраты);
- санирующую (выявляют как экономически неустойчивые, нежизнеспособные хозяйствующие субъекты, так и предприимчивых производителей, способных к наиболее эффективному хозяйствованию).

3.2. РЫНОЧНАЯ ЦЕНА. ЗАКОНЫ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Структуре рынка соответствует такой способ связи между производителями и потребителями, при котором обмен товарами и услугами осуществляется с помощью денег, поэтому регулятором экономических отношений служат цены.

Рыночная цена — это фактическая цена, которая устанавливается в соответствии со спросом и предложением товаров и услуг.

Для понимания сущности рыночной экономики необходимо обратиться в категориях спроса и предложения.

Потребность — это желание иметь определенное благо. Однако только подкрепленная возможностью соответствующих денежных затрат потребность превращается в платежеспособный спрос.

Согласно закону спроса при прочих равных условиях по низким ценам товаров купят больше, чем по высоким.

Это происходит по трем причинам:

- понизившаяся цена доступна большему числу покупателей;
- подешевевший товар «перетягивает» покупателей дорогого товара;
- снижение цены уменьшает расходы на приобретение товара и тем самым способствует приобретению дополнительных единиц подешевевшего товара.

Закон спроса выражается функцией $D = f(1/P)$, которую можно представить графически (рис. 3.3).

Степень изменения спроса в ответ на изменение цен характеризует эластичность спроса. Существуют три варианта эластичности спроса:

- слабое изменение цены вызывает сильное изменение спроса (эластичный спрос);
- слабое (сильное) изменение цены вызывает такое же слабое (сильное) изменение спроса (спрос единичной эластичности);
- сильное изменение цены вызывает слабое изменение спроса (неэластичный спрос).

Что определяет эластичность спроса? Менее эластичным спрос может быть при следующих условиях:

- данному товару нет или почти не существует замены;
- на рынке данного товара отсутствует конкуренция или она очень слаба;



Рис. 3.3. График функциональной зависимости спроса от цены (закон спроса) [P — цена товара; D — спрос на товар]

- покупатели медленно меняют свои потребительские предпочтения и не торопятся искать более дешевые товары;
- потребители считают повышение цены следствием повышения качества товара.

Если спрос эластичен, то производителям и продавцам необходимо задуматься о снижении цены данного товара, что позволит еще более увеличивать его потребление и приведет к соответствующему росту дохода.

Ценовая эластичность спроса измеряется коэффициентом эластичности спроса, который показывает, на сколько процентов меняется величина спроса на товар в результате изменения его цены на один процент.

Если коэффициент эластичности больше единицы, то спрос считается эластичным, если меньше единицы — неэластичным, а при коэффициенте, равном единице, наблюдается единичная эластичность.

На некоторые товары спрос заведомо неэластичен — это товары первой необходимости, а также товары, ставшие дефицитными. Неэластичность спроса выгодна продавцу, так как позволяет ему повышать цену на товар, не опасаясь снижения спроса. Вследствие этого государство всегда следит за ценами товаров первой необходимости и дефицитных товаров.

Предложение — это количество товаров, которое продавцы готовы представить к продаже по данной цене.

Существующую прямую зависимость величины предложения от уровня цены можно представить в следующем виде:

$$S = f(P),$$

где S — предложение.

На основании этого можно сформулировать закон предложения: при высоких ценах предлагается больше товаров, чем при низких.

Закон предложения можно представить графически (рис. 3.4).

Степень изменения объема предложения в ответ на увеличение цены характеризует эластичность предложения, а мерой такого изменения служит коэффициент эластичности предложения, показывающий, на сколько процентов меняется объем предложения в результате изменения цены на один процент.



Рис. 3.4. График зависимости величины предложения от цены товара [закон предложения] (P — цена товара; S — предложение товара по данной цене)

Если увеличение предложения превосходит рост цен, оно характеризуется как эластичное ($\mathcal{E}_s > 1$). Если прирост предложения равен приросту цен, то предложение называется единичным ($\mathcal{E}_s = 1$). Когда прирост предложения меньше прироста цен, формируется неэластичное предложение ($\mathcal{E}_s < 1$).

Предложение некоторых товаров заведомо неэластично из-за ограниченности необходимых для их производства ресурсов. Неэластичность предложения товаров может быть следствием искусственного дефицита, создаваемого производителями.

Взаимодействие спроса и предложения наглядно проиллюстрировано на рис. 3.5.

Кривые спроса и предложения пересекаются в точке A , которую называют точкой равновесия, или точкой равновесной цены. В точке A объем предложения будет равен объему спроса, благодаря чему устанавливается цена равновесия (P_0), одинаково удовлетворяющая как покупателей, так и продавцов.

Если цена ниже равновесной, то излишек спроса будет вызывать повышение цены, а если цена выше равновесной, то излишек предложения будет приводить к снижению цены.

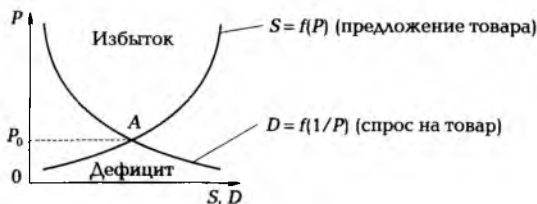


Рис. 3.5. Графическое изображение взаимодействия спроса на товар и предложения (кривые спроса и предложения)

Экономическая система всегда стремится к равновесию между совокупным спросом и совокупным предложением. Именно под воздействием спроса и предложения формируются равновесные цены. Попытки искусственного изменения равновесной цены обычно бывают безуспешными и заканчиваются ее восстановлением. Равновесная цена способна приспосабливаться к рыночному изменению спроса и предложения. Следовательно, рыночная экономика — это саморегулируемая система.

3.3. КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

В переводе на экономический язык конкуренция (от лат *concurrentia* — столкновение, состязание) — это борьба между участниками рыночных отношений за получение максимального эффекта, за выгодную сделку.

Слово «монополия» происходит от двух греческих слов: *monos* — один и *poleo* — продаю. Следовательно, какой-то участник рыночных отношений полностью подчинил себе рынок (монополизировал).

Рассмотрим, в чем состоит экономическая эффективность конкуренции. Открытая и честная конкуренция выгодна всем — потребителям, производителям и обществу в целом.

Благодаря конкуренции потребитель может выбирать: что, у кого и по какой цене покупать. Потребитель заставляет производителя заботиться о повышении качества товара и снижении его цены.

Для производителя конкуренция выгодна тем, что позволяет найти сферу более прибыльного вложения капитала, получить максимальную прибыль и снизить издержки производства.

Обществу в целом конкуренция позволяет:

- увеличить эластичность спроса и предложения благодаря росту доли взаимозаменяемых товаров;
- повысить уровень жизни и экономическую эффективность производства;
- быстрее справиться с дефицитом товаров за счет быстрого перераспределения капиталов, ресурсов и труда в отрасли, продукция которых пользуется повышенным спросом.

Особая роль конкуренции состоит в поддержании на рынке равновесной цены. Анализ показывает, что если рыночная цена поднимается выше точки равновесия, то предложение превышает

спрос и усиливается конкуренция между продавцами. В итоге начинается снижение цены до равновесной. Когда цена будет меньше равновесной, спрос превысит предложение и усилится конкуренция среди покупателей. Вследствие этого цена вновь начнет повышаться до равновесной.

До сих пор речь шла о конкуренции, развившейся в условиях свободного рынка. Однако, начиная с середины XIX в., под влиянием бурного развития производительных сил, начался процесс концентрации и централизации производства и капитала, приведший к появлению и широкому распространению монополистических объединений.

К концу XIX в. монополии начали играть решающую роль в экономике и капитализм свободной конкуренции превратился в монополистический капитализм.

Монополия — это следствие конкуренции, ведущей к концентрации производства путем:

- горизонтальной интеграции — слияния компаний одной сферы производства для того, чтобы занять большую долю рынка (например, объединение двух обувных фабрик);
- вертикальной интеграции — соединения предприятий разных отраслей, связанных единой технологией, в целях сокращения издержек производства;
- диверсификации — одновременного развития многих, непосредственно не связанных между собой производств.

Диверсификация производства фирмы — это развитие в составе фирмы (или включение в нее) нескольких, непосредственно не связанных между собой производств.

В результате концентрации производства возникают разные организационные формы монополии: картели, синдикаты, тресты, концерны, конгломераты, транснациональные корпорации (выходящие за пределы страны).

Монополизация рынка представляет собой один из важнейших экономических законов. По мере развития рынка возрастало значение монополии, которое достигло максимума в XX в.

Монополизация экономики представляет собой длительный процесс, возникший в древности и не завершившийся до настоящего времени. Основной характерной особенностью монополии является возможность диктовать цены и на этой основе присваивать сверхприбыль.

Монополизация экономики привела к возникновению империализма и появлению новых признаков рынка. В XX в. главными считали следующие признаки:

- господство на рынке промышленных монополий;
- возникновение финансовых монополий;
- вывоз капитала;
- экономический раздел мира;
- территориальный раздел мира.

В современном мире монополии используют законные средства для обеспечения своего процветания, т.е. применяют последние достижения науки и техники, маркетинг, менеджмент.

О значении промышленных монополий свидетельствует тот факт, что свыше 40 тыс. транснациональных корпораций, имеющих более 250 тыс. филиалов, охватили всю планету. Они владеют $\frac{1}{3}$ производственных фондов планеты, производят свыше 40 % мирового продукта, осуществляют более половины внешнеторгового оборота, 80 % торговли высокими технологиями и контролируют 90 % вывозимого капитала.

На монопольном рынке отсутствует конкуренция и закон спроса не действует. Обогащение монополий за счет завышенных цен является одной из основных причин инфляции. Однако существуют монопольные рынки, имеющие естественный или целесообразный характер происхождения.

Естественный монопольный рынок отражает, как правило, уникальность природных богатств страны, региона, города (например, месторождение золота, драгоценных камней, нефти, газа).

Целесообразные монопольные рынки возникают там, где многочисленность производителей экономически неоправданна (например, снабжение населения электричеством, газом, водой, телефонизация, транспортные связи и т.д.).

Ограничение монопольной власти осуществляется с помощью административных и экономических мер.

Административные меры предполагают запрет на сговоры, ведущие к росту цен и падению производства, установление контроля за слияниями и запрет их в случае, если новые образования сформируются как чистые монополисты.

Такие меры могут быть использованы и для расформирования компаний, если они несут прямую угрозу развитию рынка, в целях пресечения проявлений монопольной власти и ее аномалий, подобных так называемой «нечестной конкуренции».

Экономические меры — это набор инструментов, вынуждающих монополию делиться с государством монопольной прибылью (через налогообложение). Государство также пытается регулировать цены, препятствуя их росту (посредством установления потолка цен, временного замораживания цен и др.).

Экономические меры регулирования монополий требуют осторожности, так как ограничение деятельности фирмы может привести к переключению их капиталов в другие отрасли, что чревато спадом производства и ростом цен в отрасли.

В большинстве стран антирыночные монополии преследуются государством в рамках антitrustовского законодательства. Первый подобный закон, запрещающий любые действия производителей, ограничивающих свободу торговли, был принят в США в 1890 г. Он известен как закон Шермана (по имени автора). Фирма, признанная монополией, платит повышенные налоги, рынок часто ее вынуждает преобразовываться в несколько самостоятельных фирм.

Борьбу с монополией, прежде всего, нужно проводить в странах, переходящих к рыночной экономике, и не с крупными корпорациями в целом, а против ограничения деловой практики, подрывающей эффективную конкуренцию.

Рыночная экономика представляет собой совокупность рынков, степень конкурентности которых неодинакова. Экономическая наука исследует два вида конкуренции: совершенную и несовершенную.

Рынок совершенной конкуренции состоит из множества предпринимателей, конкурирующих между собой. Каждый из них предлагает лишь незначительную долю общего объема продукции и поэтому не может оказать заметного влияния на рыночную цену. Рынок совершенной конкуренции — это образ идеального рынка, именно на нем «оттачиваются» все теории рынка.

Рынок несовершенной конкуренции представлен крупными корпорациями, которые занимают господствующее положение на рынке и могут заметно влиять на условия реализации продукции.

Этот рынок начинает искажать главный механизм рыночной экономики — свободное ценообразование.

По числу производителей и покупателей на рынке, типу продукции, возможности контролировать цену, использовать методы неценовой конкуренции можно выделить четыре модели рынка:

- чистой конкуренции;
- монополистической конкуренции;
- олигополии;
- чистой монополии.

Последние три модели характеризуются как рынки несовершенной конкуренции. При анализе перечисленных моделей рынка используют следующие параметры:

Таблица 3.1. Анализ моделей рынка

Основные параметры анализа	Модели рынка			Чистая монополия
	Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	
Число фирм	Очень большое	Относительно большое	Несколько (от 2 до 20)	Одна
Тип продукции	Стандартизированный	Дифференцированный	Сочетание стандартизованного и дифференцированного	Уникальный
Контроль цен	Отсутствует	Ограниченный	Довольно значительный	Значительный
Условия вступления в отрасль	Свободный вход и выход из отрасли	Легкий вход и выход из отрасли	Ограниченный вход в отрасль	Вход блокирован
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Поиск и последующее рекламирование своего товарного знака, марки и клейма	Практически все виды	В основном реклама связей с общественными организациями
Сфера или отрасли	Сельскохозяйственная (фондовая) биржа, рынок иностранных валют	Розничная торговля, легкая промышленность	Металлургия, машиностроение, электронная промышленность	«Де Бирс», ЮАР (алмазы), местные предприятия общественного пользования

- число фирм (сколько независимых продавцов предлагают свою продукцию на рынке);
- тип продукта (какая продукция предлагается, какова степень ее однородности или стандартизации);
- контроль цены (речь идет о наличии и формах контроля цены);
- условия вступления в отрасль (легко или трудно «добавить» свое предприятие к уже действующим в отрасли);
- неценовая конкуренция (имеется ли конкурентная борьба, основанная на различиях в качестве продукции, форме упаковки, организации рекламы и т. д.);
- частота встречаемости (в какой сфере или отрасли).

На основании анализа моделей рынка (табл. 3.1) можно сделать следующие выводы: совершенная конкуренция выгодна как отдельной фирме, так и обществу в целом; потребители выигрывают в качестве, ассортименте и цене продукции.

3.4

ПРОТИВОРЕЧИЯ РЫНКА. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИЗИСЫ

Правительства всех стран всегда стремятся к постоянному экономическому росту. **Экономический рост** — это процесс расширения производственных возможностей общества. Известны два пути экономического роста:

- благодаря увеличению количества применяемых факторов производства, в том числе и за счет естественного роста при неизменном качестве — экстенсивный;
- в результате повышения качества факторов производства без дополнительного прироста их количества — интенсивный.

Достичь постоянного экономического роста за всю историю развития экономики никому не удалось. В реальности рыночная экономика развивается циклически: после роста всегда наступает спад.

Практика экономического развития богата различными кризисами, нарушениями, диспропорциями в экономическом развитии. Причинами являются экономические противоречия или противоречия рынка. Экономика не существует без противоречий.

Рассмотрим основные экономические противоречия:

- биологические, из которых основным считается противоречие между потребностями и благами (ресурсами);

- социальные, возникающие на основе биологических; главным из них является противоречие между потребителем и продавцом.

Основным противоречием рыночной экономики считается противоречие между частным и общественным характером труда. На его основе возникает система противоречий рыночной экономики: между спросом и предложением, общественным производством и частным присвоением, ценой и полезностью товара и др.

Внутриэкономические противоречия ведут к возникновению внешнеэкономических противоречий между странами. Противоречия ведут к нестабильности, неустойчивости и диспропорциональности рынка, в результате возникают кризисы, причиной которых является перепроизводство товаров (производство товаров превышает спрос на них).

Основной формой экономических кризисов являются промышленные циклы. Эти циклы проходят последовательно четыре фазы: кризис (спад), депрессию, оживление и подъем.

Кризис (спад) характеризуется резким сокращением размеров производства, многие компании разоряются, растет безработица, уменьшается заработная плата, резко снижаются курсы ценных бумаг.

В период депрессии приостанавливается падение производства, насильственно восстанавливается равновесие между спросом и предложением, формируются предпосылки для будущего экономического роста: происходит массовое обновление технической базы производства.

Оживление сопровождается медленным ростом производства, достижением экономических показателей докризисного уровня, ростом покупательского спроса, повышением цен, уменьшением безработицы.

В период подъема происходит быстрый рост производства, объем выпуска продукции превышает предкризисный.

Циклы не носят регулярного характера, могут продолжаться от нескольких лет до нескольких десятков лет. Циклам присваивают собственные имена, например циклы Кондратьева (происходят в течение длительного периода). Н. Д. Кондратьев предсказал кризис 1929 г.

В 1960-е гг. возникли новые формы экономических кризисов: сырьевые, продовольственные, энергетические, финансовые.

В условиях смены общественно-экономических формаций возникают системные кризисы.

В конце XX в. начался системный кризис социализма, который привел к гибели социализма в нашей стране и других странах социалистического лагеря.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАНИЯ

Выберите правильные ответы.

1. Для эффективного функционирования рыночной экономики необходимы следующие предпосылки:

- самостоятельность экономических субъектов на рынке;
- государственное планирование;
- свободный выбор партнеров по хозяйственным связям;
- централизованное установление цен;
- конкуренция производителей;
- централизованное распределение ресурсов и прикрепление производителей к потребителям;
- превращение экономики в открытую систему с включением российской экономики во всемирные хозяйственные связи.

2. Выберите товар, который вас интересует, и проведите такое исследование: в течение нескольких недель отмечайте изменение цен на него в нескольких магазинах вашего округа. По результатам наблюдений сделайте доклад. В докладе отразите следующие вопросы:

- Как изменились цены на товар и как вы можете объяснить повышение или снижение цен?
- Различается ли цена на этот товар в разных магазинах, и чем вы можете объяснить такое отличие?
- Удалось ли вам установить связь между спросом на выбранный вами товар и его ценой в разное время и в разных местах (приведите примеры)?

Попытайтесь представить свое исследование в письменном виде.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Как рынки различаются по видам продаваемых товаров и способам торговли?
2. С какими видами рыночной деятельности вы сталкивались в своей повседневной жизни?

3. Нарисуйте график зависимости спроса и предложения товара от его цены. Как называется точка пересечения кривых спроса и предложения?
4. Что означает состояние равновесия между спросом и предложением?
5. Какие факторы и каким образом влияют на спрос и предложение?
6. Означает ли возникновение избытка предложения какого-либо товара, что он не пользуется спросом? Означает ли возникновение дефицита какого-либо товара, что он всем крайне необходим? Объясните свои ответы на данные вопросы.
7. Объясните суть конкуренции между производителями. Используя закон спроса и предложения, объясните, как связаны конкуренция и цены на товары и услуги.
8. Что продают и покупают на рынках государство, потребительские домохозяйства, фирмы?
9. Назовите модели рынков, различающиеся по форме конкуренции.
10. Перечислите признаки немонополизированного рынка. Почему его называют идеальным, или рынком совершенной конкуренции?
11. Дайте определения понятий «монополизация рынка» и «уровень монополизации».
12. В чем состоит суть монополистической конкуренции на рынке?
13. Почему и как государство противостоит монополизации рынков? В каких случаях неизбежно возникновение естественных монополий?

ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ

Изучив эту главу, вы сможете:

- рассказать, что представляют собой деньги и какое они имеют значение;
- перечислить виды денег и их применение;
- рассказать о денежном обращении;
- объяснить суть понятия «цена» и ее назначение;
- определить причины и последствия инфляции.

4.1. ДЕНЬГИ, ИХ ПРОИСХОЖДЕНИЕ И СУЩНОСТЬ

Каждому из нас приходится иметь дело с деньгами, получать и тратить их. Экономическая наука помогает разобраться в сущности денег и их роли в жизни людей.

Развитие свободного рынка породило деньги, денежные отношения. Деньги возникают тогда, когда люди, хотя бы они того или нет, вынуждены обмениваться результатами своего труда. Происходит это из-за общественного разделения труда — такой организации производства, когда работник специализируется на производстве какого-либо одного продукта.

Следовательно, для удовлетворения своих потребностей он должен вступать в обменные отношения с другими специализированными производителями.

При натуральном обмене денег не существует. Работнику трудно найти людей, которым нужен его товар и которые имеют товар, необходимый работнику.

В экономической истории эта задача была решена с помощью меновых, ходовых товаров (их часто называют «товарными деньгами») в качестве посредников. Эти товары обладали специфической общественной полезностью — были всеобщим эквивалентом (ВЭ). В результате люди обменивали свой товар на всеобщий эквивалент

и с помощью последнего получали нужный товар. Так возникло товарное обращение: $T = ВЭ = T$.

Сначала роль всеобщего эквивалента выполняли многие товары: скот, меха, соль, зерно, ракушки и т. п. Впоследствии роль всеобщего эквивалента выполняли те товары, естественные свойства которых были более благоприятными для этого. Проиллюстрировать это можно с помощью следующей схемы: меновые товары → любуемые товары → черные металлы → цветные металлы (медь) → благородные металлы (серебро и золото).

Известно, что в конечном итоге золото стало выполнять функцию всеобщего эквивалента и превратилось в деньги.

Деньги — это особый товар, служащий всеобщим эквивалентом. По образному выражению К. Маркса, «каждый товар бросает влюбленные взгляды на деньги, пытаясь выразить свою стоимость через денежный материал в виде цены».

Продолжим краткую историю денег. Итак, золото стало деньгами 7 000 лет назад.

Первоначально оно выполняло эту функцию в форме золотого песка, самородков, которые находили в природе. При купле товаров золото взвешивали, что вызывало неудобство. Затем делали золотые пластины и отрезали от них небольшие частицы.

В процессе дальнейшей эволюции появились небольшие слитки, а затем начали чеканить монеты. Первые золотые монеты возникли в VII в. до н. э., на них указывали массу и герб того, кто их чеканил. В Киевской Руси чеканка монет началась в конце IX в.

Во времена монголо-татарского ига (1243—1480) отдельные русские княжества чеканили свои монеты, и одновременно имела хождение татарская серебряная *теньга*, от которой произошло название российских денег.

Основными «денежными» материалами были золото и серебро. Из слитков серебра в XIII в. рубили куски, получившие название *рублей*. В начале XVII в. в России установилась стабильная единая монета — *копейка*, названная так потому, что на ней был отчеканен всадник с копьём.

Копейка, весившая 0,68 г серебра, представляла ценную монету. Кроме нее в ходу были полукопеечная *деньга* и четвертькопеечная *полушка*. Затем появились серебряные *алтын*, *полтина* и золотой *червонец*.

Применение драгоценных металлов в качестве денег потребовало точного измерения их количества и качества. Возникло понятие «проба», означающее соотношение между «чистой» и «общей» массой монеты.

Золотые и серебряные монеты льют из основного металла с добавлением *лигатуры**. При изготовлении монет используют лигатуры, обладающие наибольшей устойчивостью к изнашиванию.

К другим мерам веса драгоценных металлов относятся *карат* (единица массы, общая для драгоценных камней и драгоценных металлов; 1 карат = 0,2 г), *гран* (часть карата; для золота 1 гран = $\frac{1}{12}$ карата, для серебра 1 гран = $\frac{1}{18}$ карата) и *тройская унция* (международная единица массы золота; 1 тройская унция = 31,1 г), равная $\frac{1}{12}$ тройского фунта (373,2 г).

Бумажные деньги начали хождение в XVIII в., но зародились они намного раньше. Предположительно, бумажные деньги были изобретены еще древними китайскими купцами. Выпуск первых бумажных денег в России начался в 1769 г., при Екатерине II, они назывались *ассигнациями* и обращались в виде государственных казначейских билетов, имевших твердо установленный курс. В этот период российские денежные банкноты (общее наименование бумажных денежных знаков) почти целиком обеспечивались наличным золотом, допускался выпуск банкнот сверх разменного золотого фонда на сумму не более одной трети. После Первой мировой войны (1914—1918) начался постепенный «отрыв» бумажных денег от их реального *золотого содержания* (несоответствие количества бумажных денег количеству, подкрепляющих их номинальную стоимость, драгоценных металлов).

В течение трех столетий бумажные деньги действительно были представителями золота, свободно обменивались на него. И только в 1930-х гг. обеспечение бумажных денег золотом прекратилось.

Деньги, став именно «бумажными», обслуживают лишь обращение товара.

Сущность денег как всеобщего эквивалента раскрывается в функциях, которые они выполняют, а именно: мера стоимости; средство обращения; средство образования сокровищ и накоплений; средство платежа; мировые деньги.

Деньги как мера стоимости. Все товары измеряют свои стоимости в деньгах, представляемых мысленно, т. е. в идеальных деньгах. **Цена** — показатель величины стоимости товара. Рыночная цена товаров обычно не совпадает с их стоимостью по величине.

Деньги как средство обращения. Деньги играют роль посредника в обмене товаров (Г—Д—Т). Осуществив продажу товаров

* Лигатура — это металлы, вводимые в состав сплавов благородных металлов (например, медь в сплавах с золотом) для придания им большей твердости.

(Г—Д), товаропроизводитель на вырученные деньги покупает необходимые ему товары (Д—Т). В качестве средства обращения выступают только реальные деньги.

Деньги как средство образования сокровищ и накопления. Если товаропроизводитель после продажи товара длительное время не покупает другой товар, то он изымает деньги из обращения, накапливает их, превращая в сокровища. Накапливают сокровища и частные лица, и государство (в виде государственных золотых запасов, хранящихся в Центральном банке страны).

Деньги как средство платежа. Товары не обязательно продавать и покупать только за наличные средства. Иногда у покупателя может не быть наличных денег, тогда он покупает товары в кредит, т. е. с отсрочкой платежа.

При продаже товаров в кредит средством обращения служат не деньги, а выраженные в них долговые обязательства.

Из функций денег как средства платежа возникает особая форма денег — кредитные деньги. Основными видами кредитных денег являются: вексель, банкнота, чек, кредитная карточка.

Вексель — это письменное обязательство заемщика об уплате определенной суммы денег кредитору по истечении указанного в нем срока. Векселя бывают двух видов: простые и переводные.

Простой вексель — это долговое обязательство, выданное заемщиком кредитору.

Переводной вексель выписывается кредитором и представляет собой письменный приказ кредитора должнику об уплате ему или третьему лицу определенной суммы денег по истечении указанного в нем срока.

Банкнота — это вексель *эмиссионного банка*. Банкноты выпускаются взамен учтенных или принятых в качестве залога коммерческих (торговых) векселей.

Чек — это письменный приказ владельца текущего счета банку о выплате наличными или переводе на текущий счет другого лица определенной суммы денег. Чеки бывают именные (на определенное лицо) и предъявительские (на предъявителя).

Кредитная карточка — платежно-расчетный документ, выдаваемый банком своим вкладчикам и дающий им право на приобретение товаров и услуг без уплаты наличными.

Она представляет собой пластиковый жетон, на котором указаны фамилия ее владельца, образец его подписи, номер счета в банке, срок действия кредитной карточки. Купив товар в торговых точках, входящих в сферу обращения кредитных карточек, владелец предъявляет ее продавцу, который в свою очередь выписывает счет с указанием номера кредитной карточки, фамилии ее владельца и даты покупки. Регулярно владельцу кредитной карточки присылают общий счет за все произведенные покупки с приложением копий отдельных счетов.

Мировые деньги. Эту функцию деньги выполняют в процессе обслуживания экономических связей между странами. Как правило, в роли мировых денег выступает *золото*. В современной экономике золото потеряло монопольный статус международного расчетного средства.

В настоящее время в качестве мировых денег широко используют *конвертируемые валюты*.

Нам хорошо известны деньги в виде бумажных денежных знаков, которые именуются *ассигнациями, банкнотами, купюрами, банковскими билетами*. Также хорошо известны деньги в виде *монет*, называемые «мелочью». Перечисленные виды денег называют наличными деньгами, или наличностью.

Наличность — это деньги в явном виде, в своей первичной форме. За рубежом такие деньги называют коротким словом «кэш». Кроме наличных широко используют *безналичные* «деньги», которые не существуют в явной, наличной форме, но дают возможность либо получить наличные деньги, либо непосредственно выполняют отдельные платежные функции. Безналичные деньги хранятся на *банковских счетах*.

Любая организация вправе иметь свой расчетный счет в банке, а человек — *лицевой банковский*, с которого можно востребовать принадлежащие им деньги.

Проникновение научно-технического прогресса в денежное обращение привело к появлению нового вида денег — *электронных*. При использовании электронных денег денежные расчеты ведут с помощью компьютеров и средств передачи информации.

Для того чтобы иметь возможность получать со своего счета в банке наличные деньги в любом месте, где установлено специальное устройство для выдачи денег — *банкомат*, достаточно получить в банке специальную пластиковую карточку с магнитной записью о наличии у вас денег на счете. Поместив карточку в банкомат и набрав код, вы получите деньги со своего банковского счета.

Характеристика денег будет неполной без выяснения законов денежного обращения. Количество денег в каждой стране можно определить, используя общий закон денежного обращения.

Количество денежных единиц, необходимых обществу для обслуживания денежного обращения в данный период времени, прямо пропорционально количеству товаров и услуг, их цене и обратно пропорционально скорости обращения денег. Следовательно, объем денежной массы

$$M = PQ/Y,$$

где M — денежная масса; P — цена товаров и услуг; Q — количество товаров и услуг; Y — скорость обращения денег.

Этот закон может быть выражен также с помощью математической формулы, предложенной американским экономистом Ирвингом Фишером, отражающей зависимость уровня цен от денежной массы (*модель Фишера*):

$$MY = PQ.$$

Обращение денег тесным образом связано с их выпуском (печатанием, чеканкой).

Выпуск денег в обращение называют эмиссией.

В большинстве стран с рыночной системой хозяйствования основным эмитентом, т.е. организацией, осуществляющей эмиссию денежных средств, является центральный банк. В некоторых странах наряду с центральным банком, формально не подчиненным правительству, существует государственное казначейство, обладающее определенными правами воздействия на эмиссию наличных денег.

4.2.

ЦЕНЫ И ИХ ФУНКЦИИ. МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ВИДЫ ЦЕН

Цены появились вместе с деньгами. Купля-продажа результатов производства (товаров) означает, что они обладают общественной ценностью. Эта ценность, выраженная определенным количеством платежных знаков, называется **денежной ценой товара**.

Поскольку общественная ценность товара постоянно изменяется, то и денежная цена товара находится в постоянном движении. Свободное движение товарных цен составляет основу рыночной экономики.

Для того чтобы определить основные функции цены, необходимо обеспечить свободное движение цен. А такая свобода возможна только при отсутствии инфляции и монополизма.

Первичная функция цены — *измерительная*, так как с помощью цены измеряют ценность товара. Благодаря ценам устанавливают количество товара в денежном исчислении.

Главная функция цены в рыночной экономике — *регулирование производства и обращения* товаров путем уравнивания спроса и предложения на товары.

В условиях рынка цена является главным регулятором, который английский ученый-экономист Адам Смит (1723—1790) назвал «невидимой рукой рынка».

Цена выполняет:

- стимулирующую функцию, побуждая производителей выпускать выгодную, рентабельную продукцию и не производить бесприбыльную;
- социальную функцию, так как от нее зависит объем и структура потребления материальных благ и услуг, потребительский бюджет.

В централизованно управляемой плановой экономике на цены возлагают плановую и распределительную функции, так как цены используют в планировании и они служат инструментом перераспределения доходов путем назначения цен, выгодных для определенных отраслей или социальных групп населения.

Ценообразование — способы установления цен.

Чем же определяется размер цены товара? Наиболее сложный вопрос экономической теории — какой способ ценообразования предпочтительнее — рыночный или затратный. В условиях рыночного способа ценообразования определяющим фактором является — конъюнктура рынка (спрос и предложение товара). Рыночный способ соответствует формированию цен на свободном рынке купли-продажи, где цена устанавливается непосредственно рынком, в процессе торга между продавцами и покупателями. При затратном способе ценообразования за основу установления цены товара берут денежные затраты, связанные с производством и продажей товара. Затратный подход позволяет рассчитать, вычислить цену еще до продажи товара.

Для рыночного способа ценообразования приемлемо следующее определение: цена — это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена.

При таком способе рыночная цена товара зависит не столько от затрат производителя, сколько от оценки полезного эффекта этих затрат покупателем. Это значит, что в отличие от затратного способа цена — только оценка покупателем полезности данного товара. В данном случае цена становится самостоятельной (внестоимостной) величиной, для определения которой оценка покупателя более значима, чем затраты производителя.

Для затратного способа ценообразования типично следующее определение: цена — это денежное выражение стоимости товара.

Согласно затратному способу цену определяют путем суммирования всех факторов, затраченных на производство единицы товара, в их денежном выражении (измерении).

Суммарные денежные затраты называют **совокупными издержками производства, или себестоимостью**. Для установления исковой цены необходимо к издержкам прибавить определенную величину прибыли.

Затратный механизм ценообразования строится с учетом того, что производитель, реализуя товар по определенной цене, должен не только возмещать издержки, но и получать дополнительный доход в виде прибыли. Тогда цену, определяемую на основе затратного способа, можно рассчитать по формуле

$$Ц = С + П,$$

где Ц — цена единицы товара; С — совокупные производственные затраты (себестоимость); П — прибыль, получаемая производителем в результате производства и продажи товара.

Система цен в современной экономике очень сложна. Существует большое разнообразие видов цен, которые различаются по нескольким признакам. В зависимости от объема продаж товара различают оптовые и розничные цены.

Оптовые цены — цены, по которым товары реализуются крупными партиями посредством оптовой торговли.

Розничные цены — цены, по которым товары продаются в розницу небольшими партиями.

Розничная цена обычно выше оптовой на величину торговой наценки, которая должна покрыть расходы и создать прибыль организациям розничной торговли.

В зависимости от степени регулирования цены бывают **фиксированные** — жестко устанавливаемые правительством и **регулируемые** — учитывающие изменения экономической конъюнктуры.

Государственное регулирование цены состоит в установлении ее предельного значения, или предела ее отклонения от фиксированных государственных цен.

Существуют также рыночные цены — свободные от непосредственного ценового вмешательства государственных органов.

Переход от фиксированных (государственных) цен к свободным (рыночным) называют **либерализацией цен**.

Цены, устанавливаемые на основе официальных договоров, контрактов между продающей и покупающей сторонами, называют **договорными**.

Эти цены учитывают только спрос и предложение на данный товар. Недостаток договорных цен заключается в том, что они могут быть необоснованно завышены (или занижены). В результате этого нарушается равновесное состояние рынка.

В зависимости от типа рынка существуют **биржевые, аукционные, коммиссионные и конкурсные цены**.

В международной торговле применяют **мировые цены**. По мировым ценам совершаются наиболее крупные экспортно-импортные сделки. Они всегда рассчитываются в свободно конвертируемой валюте.

Особую разновидность составляют трансфертные цены, используемые транснациональными корпорациями в сделках между подразделениями, расположенными в разных странах.

До сих пор мы рассматривали денежную цену товара. Однако существует такое экономическое понятие, как **цена денег**. Это связано с тем, что деньги могут быть объектом купли-продажи. Например, когда речь идет об обмене валюты, то подобный обмен и является продажей, осуществляемой по определенным ценам — валютному курсу (цене денежной единицы страны, выраженной в денежных единицах других стран).

Установление валютного курса на биржах называют котированием валют, а курс, определенный таким образом, — **котировкой**.

Продажа денег может происходить не только в ее валютной форме. Если деньги, например, предоставляют в долг — в кредит под определенный ссудный процент, то этот процент и является ценой денег.

Ссудный процент (процентная ставка) — это выраженная в процентах доля заемных средств, которые заемщик должен платить кредитору за пользование кредитом в течение определенного периода времени.

Кроме кредитных процентных ставок существует *депозитный* процент, который чаще называют *процентом по вкладам*. Банки, привлекая средства вкладчиков денег, становятся их заемщиками, а вкладчики выполняют роль кредиторов банков. Банк выплачивает вкладчику депозитный процент за то, что пользуется вкладом в течение срока его хранения. Сумма выплат начисляется в процентах от величины вклада.

4.3. ИНФЛЯЦИЯ: СУЩНОСТЬ, ПРИЧИНЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ

Инфляция представляет собой денежное явление и определяется процессами, происходящими в сфере денежного обращения. Зародившись на денежном рынке, инфляция проникает в глубь экономической системы, поражая другие ее элементы. В истории экономических учений были разные подходы к объяснению этого сложного экономического понятия.

В современных условиях под инфляцией понимают дисбаланс спроса и предложения, проявляющийся в росте цен.

Инфляция — это обесценивание денежной единицы, уменьшение ее покупательной способности.

Причина возникновения инфляции — несоответствие между товарной и денежной массой, порождаемое в основном выпуском в обращение избыточных наличных и безналичных денег, не обеспеченных пользующимися спросом товарами. Инфляция — это рост общего уровня цен (явный или скрытый) на товары и факторы производства. Однако инфляция не означает повышение всех цен в равной пропорции и одновременно. Растет их общий уровень, измеряемый **индексом цен**, т. е. показателем, характеризующим соотношение цен во времени.

Индексы цен рассчитывают путем деления текущих цен на цены выбранного в прошлом базисного года (которые принимают за 100 %). Существует несколько индексов цен. Главный из них — **индекс потребительских цен**. Он измеряет стоимость «корзины» потребительских товаров и услуг, к которым относятся продукты питания, одежда, плата за коммунальные услуги, транспорт и медицинское обслуживание.

Уровень инфляции показывает, на сколько процентов увеличились цены, и исчисляется чаще всего за месяц или за год. Уровень инфляции в процентах равен отношению прироста количества денег к приросту количества товаров.

При сравнении объемов производства и доходов в денежном исчислении в разные годы необходимо прибегать к *сопоставимым ценам*, выражать экономические величины в ценах единого базисного года.

Существует формула приведения цен текущего года к ценам базисного:

$$C_{\text{пр}} = C/I,$$

где $C_{\text{пр}}$ — приведенная, сопоставимая цена; C — текущая цена; I — индекс роста цен.

Индекс роста цен, используемый для приведения цен текущего года к ценам базисного, называется *дефлятором*.

В зависимости от темпов инфляции различают три ее уровня: ползучую (среднегодовой темп прироста цен не более 10 %), галопирующую (прирост цен от 10 до 100 %) и гиперинфляцию (прирост цен свыше 100 %).

Состояние экономики, при котором инфляция сопровождается спадом производства, называют *стагфляцией*.

Россия находилась в таком состоянии в 1991 — 1995 гг., за этот период произошел рост цен в 2 000 раз.

Рассмотрим причины и последствия инфляции.

Инфляция порождается или уменьшением количества товаров, или увеличением количества денег. Уменьшение товарной массы (по сравнению с денежной) приводит к превышению спроса над предложением, вызывая рост цен. Такая ситуация в экономической теории называется *инфляцией спроса*. Эта форма инфляции была характерна для экономики России последнего десятилетия XX в. Увеличение количества денег (по сравнению с товарной массой) также ведет к превышению спроса над предложением, что в свою очередь вызывает рост цен.

Однако причину инфляции в этом случае нужно искать в производстве (необоснованный рост заработной платы, материальных ресурсов), поэтому она в экономической теории получила название *инфляция издержек*. Такой вид инфляции опасен тем, что может перерасти в «инфляционную спираль», когда рост заработной платы вызывает рост цен, а рост цен вынуждает к новому росту заработной платы и т. д.

В России инфляция спроса сопровождалась инфляцией издержек, так что оба вида подстегивали друг друга.

Стремление государства погасить дефицит бюджета посредством денежной эмиссии ведет к инфляции, а выпуск и продажа государственных ценных бумаг как средство преодоления бюджетного дефицита порождает будущий долг, ведь бумаги приходится погашать и платить по ним проценты. Иначе государство попадает в состояние дефолта, становится финансовым банкротом, что и произошло в августе 1998 г. и повлекло за собой взрыв инфляции.

Наибольшие потери от инфляции несут социальные группы, располагающие только фиксированным доходом — работники, получающие твердый оклад; пенсионеры; нетрудоспособные, живущие на социальные пособия; вкладчики банков, имеющие счета с фиксированным процентом.

Некоторые группы общества выигрывают от инфляции — это работники тех фирм, продукция которых продолжает пользоваться повышенным спросом (они могут повышать свою заработную плату по мере роста инфляции), а также должники, так как они возвращают обесценившиеся деньги.

В период инфляции действует следующее общее правило: для сохранения прежнего уровня жизни необходимо, чтобы рост доходов соответствовал темпу роста инфляции.

Например, если исходный доход равен 80 000 руб., то при инфляции 10 % для поддержания прежней покупательной способности необходим доход 88 000 руб.

Инфляция разрушительна для рыночной экономики, так как обесцениваются многолетние денежные сбережения людей, нет смысла превращать часть дохода в сбережения, сокращаются объем кредитов, инвестиции и объемы производства, что ведет к безработице. Поэтому борьба с инфляцией является основой экономической политики правительства.

В современных условиях инфляцию часто используют для решения идеологических и политических задач, поэтому она отражает интеллект правителей.

Людвиг Эрхард, федеральный канцлер ФРГ в 1963 — 1966 гг., выведший страну из экономического кризиса, указывал: «Инфляция — не закон развития, а дело рук дураков, управляющих государством», «Инфляция не обрушивается на нас как проклятие или трагически роковые события. Она всегда вызывается легкомысленной или даже преступной политикой».

Инфляция — «болезнь» не денежного обращения, а рынка в целом, и поэтому «лечить» нужно рынок, а не только его денежный

элемент. Реформа цен и ценообразования, денежная и финансовая реформы не решают проблемы инфляции. Для устранения этой проблемы необходимы реформы: экономическая и социальная.

Для сдерживания инфляции в России требуется комплексная антиинфляционная политика, целью которой должно стать не подавление инфляции любой ценой, а управление инфляционным процессом рыночными и государственными методами для подъема национального производства и обеспечения экономической безопасности. Поэтому первоочередной антиинфляционной мерой является оживление инвестиций, концентрация средств на приоритетных проектах. Также следует закрепить наметившиеся позитивные сдвиги в бюджетной сфере — увеличение доходов государственного бюджета, повышение собираемости налогов, ориентация расходов на возрождение российской экономики, сокращение непроизводственных расходов на управление.

Специфическим для России направлением антиинфляционной политики является преодоление кризиса неплатежей в хозяйственной сфере, нормализация денежных расчетов путем ликвидации взаимной задолженности предприятий друг другу и бюджету.

Важное место в антиинфляционной политике Российского правительства принадлежит регулированию скорости обращения денежной единицы, так как ее увеличение равносильно дополнительной эмиссии денег при прочих равных условиях.

Составляющей стратегии подъема национальной экономики, а следовательно, и направлением антиинфляционной политики является совершенствование банковской системы.

Серьезной проблемой является все еще слабая в целом, несмотря на некоторые позитивные перемены, кредитная активность коммерческих банков. При имеющейся ресурсной базе российских коммерческих банков кредитование экономики могло бы составить 18—19% ВВП.

Политика государства в области банковской реформы должна быть направлена на повышение эффективности банковской системы как важнейшее условие обеспечения стабильного роста отечественной экономики. На инфляционный процесс влияет и состояние фондового рынка, который требует совершенствования.

Регулирование внешних факторов инфляции требует разработки валютной стратегии и стратегии внешних заимствований. В период мирового экономического кризиса необходимо отметить борьбу Центрального банка Российской Федерации не с падением курса рубля, а за его укрепление. В мире же продолжает слабеть американский доллар, а цены на нефть двигаются вверх. Для российской

экономики излишнее укрепление иностранной валюты — во вред: это снижает конкурентоспособность отечественного бизнеса.

Наиболее опасным валютным риском для российского предпринимательства являются валютные кредиты, так как из-за резкого курсового скачка займы, полученные в долларах или евро, погубили не одно коммерческое предприятие, поэтому по возможности лучше не прибегать к заемным средствам.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАНИЯ

1. Перечислите функции, в которых выступают деньги при использовании их для следующих целей:

- а) выплата заработной платы;
- б) покупка товаров за наличные деньги;
- в) покупка товаров в кредит;
- г) установление цены на товар;
- д) уплата долговых обязательств;
- е) расчеты во внешней торговле.

2. Назовите уровень инфляции на текущий день и укажите вид инфляции в зависимости от темпов роста.

3. Подготовьте реферат на тему «Кризисные явления в экономике Российской Федерации в 2009 г.».

4. Проведите анализ публикаций по теме «Инфляция в России и пути выхода из нее» в газете «Экономика и жизнь» за период 2008—2009 гг.

ЗАДАЧА

Барыня заплатила за работу мужику три двугривенных, два гривенника, один пятачок. На ярмарке он продал пару лаптей за пятачок. Сколько денег стало у мужика?

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

- 1. Перечислите основные этапы появления денег. Почему именно благородные металлы стали деньгами?
- 2. Какие функции денег вы считаете наиболее важными?

3. Сформулируйте наиболее общее содержание закона денежного обращения.
4. Почему наряду с наличными деньгами понадобилось вводить еще и безналичные деньги?
5. В чем состоит суть рыночного и затратного подхода в ценообразовании? Какой из этих подходов более универсален?
6. Опишите основные функции цен, характеризующие их роль в экономике.
7. Чем отличаются виды цен в централизованной и рыночной экономике?
8. Опишите последствия дефицита при фиксировании цен государством.
9. Объясните суть понятия «цена денег». Как она возникает?
10. Назовите основные причины инфляции. Чем она опасна для экономики?
11. Может ли быть инфляция выгодной? Если да, то для кого?

ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ В МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ

Изучив эту главу, вы сможете:

- узнать об общественном производстве и его экономических результатах;
- определить главный фактор производства;
- дать оценку трудовых ресурсов страны;
- объяснить суть понятия «производительность труда» и назвать факторы ее роста;
- рассказать о видах и формах потребления;
- объяснить смысл закона убывающей предельной полезности;
- определить суть и механизм макроэкономического регулирования.

5.1. ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Основу любой экономики составляет производство, в процессе которого создается экономический продукт путем преобразования экономических ресурсов.

Производство — это деятельность общества, посредством которой оно удовлетворяет свои потребности.

Так как природа не предоставляет человеку необходимые ему блага, то их нужно производить. Следовательно, производство — это объективная необходимость.

Количество выпускаемой продукции, производимых товаров, оказываемых услуг в экономике называют *объемом производства*.

Существуют физическое (в штуках, тоннах, кубических, квадратных метрах и др.) и стоимостное (в рублях) измерения объемов производства.

Основу производства составляет деятельность предприятий, организаций, фирм, которые являются главными производственными единицами. Производство на этом уровне изучает микроэкономика, а производство в масштабе страны, ее крупных отраслей и регионов — макроэкономика.

Предметом изучения на этом уровне является *общественное производство*, охватывающее всю систему общественных связей между фирмами, предприятиями и организациями. Эта система связей дополнена производственной инфраструктурой — отраслями и предприятиями, не производящими продукты, но обеспечивающими их технологическое движение (транспорт, связь, складское хозяйство и т. п.).

Главным результатом общественного производства является *общественное богатство* (все ценности, накопленные страной), годовая часть прироста которого называется *совокупным общественным продуктом* (СОП). Этот продукт создается, прежде всего, в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве и анализируется по его натуральному составу и стоимости.

Натуральный состав совокупного общественного продукта представлен всеми произведенными изделиями. В настоящее время в мире производят 20—30 млн наименований товаров.

Денежная оценка совокупного общественного продукта (без учета труда в домохозяйствах и теневой экономике) называется *валовым общественным продуктом* (ВОП).

Схема ВОП имеет следующий вид:

$$\text{ВОП} \rightarrow \text{ВНП} \rightarrow \text{ВВП} \rightarrow \text{ЧНП} \rightarrow \text{НД} \rightarrow \text{ЛД}.$$

Валовой общественный продукт — цена всей созданной в стране продукции за год.

Валовой национальный продукт (ВНП) представляет собой рыночную стоимость конечных (т. е. предназначенных непосредственно для потребления) товаров и услуг, произведенных экономическими субъектами данной страны как внутри, так и за ее пределами за определенный период времени, например за год.

Валовой внутренний продукт (ВВП) является модификацией ВНП и определяется путем вычета из ВНП поступлений из иностранных источников.

Чистый национальный продукт (ЧНП) — это рыночная стоимость реально созданных страной благ и услуг за определенный период. Количественно он равен ВНП за вычетом амортизации.

Изъятие из ВНП стоимости изношенного оборудования объясняется тем, что хотя такое количество продукта произведено с по-

мощью этого оборудования, но оно должно быть возвращено в производство для восстановления производственного потенциала.

Национальный доход (НД) — это совокупный годовой доход в экономике страны, приносимый всеми факторами производства, т. е. суммарная стоимость вновь созданных товаров.

Национальный доход, как правило, составляет 70—80 % величины ВВП.

Все, что вновь создается в экономике страны в течение одного года и характеризуется как национальный доход, можно разделить на две части: потребление и накопление. Государство использует часть национального дохода (около 80 %) на текущее потребление, а оставшуюся часть — на капиталовложения (инвестиции) в строящиеся объекты, в развитие научно-технического прогресса.

Работники получают на руки только часть национального дохода, а остальная часть (в виде налогов) поступает в государственный бюджет. Из государственного бюджета эти деньги возвращаются населению в виде пенсий, пособий, процентов по государственным ценным бумагам. Такие выплаты называют *трансфертами*.

Если из национального дохода сначала вычесть налоги и взносы, а затем суммировать с ним трансферты, то в итоге получим совокупный личный доход (ЛД). Личный доход за вычетом подоходного налога на физических лиц называется располагаемым личным доходом.

Важнейшим показателем рыночной экономики, который используют во всех макроэкономических моделях, является ВВП, поэтому рассмотрим, как его можно рассчитать.

Существуют два подхода в измерении ВВП: по производству (или по расходам) и по доходам.

Проще определить ВВП по расходам:

$$\text{ВВП} = P_{\text{н}} + I + G + X,$$

где $P_{\text{н}}$ — личные потребительские расходы; I — инвестиционные расходы предприятий; G — государственные закупки товаров и услуг; X — чистый экспорт.

Рассмотрим характеристику отдельных видов затрат, из которых складывается ВВП.

Личные потребительские расходы — это расходы домашних хозяйств на потребительские товары, т. е. на предметы конечного потребления (питание, одежда, жилье и др.).

Инвестиционные расходы предприятий охватывают основные виды негосударственных капиталовложений в производство со стороны фирм и предпринимателей. К ним относятся расходы на закупку машин и оборудования, строительство, увеличение запасов производственных ресурсов и т. п.

Государственные закупки товаров и услуг включают в себя расходы федеральных, республиканских, местных государственных органов на приобретение конечной продукции предприятий, закупку ресурсов для государственных нужд и на оплату нанимаемой рабочей силы.

Чистый экспорт — это разность в денежном выражении между экспортом и импортом.

Различают номинальный и реальный ВВП. Номинальный ВВП измеряется в текущих ценах, реальный — определяется с учетом инфляции как отношение номинального ВВП к индексу цен.

Валовой национальный продукт — это макротовар с присущими ему следующими экономическими признаками:

- воплощает все затраты производителей и все выгоды потребителей;
- подлежит полной реализации, так как только тогда расходы производителей превратятся в их доходы, а доходы потребителей — в их расходы;
- имеет только денежное выражение;
- является объектом необычного акта купли-продажи в масштабе страны и продолжительностью год.

Продавцом такого «большого товара» выступает совокупный производитель, а покупателем — совокупный потребитель.

5.2. ТРУД КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА

Главным фактором производства в любой экономике является труд — совокупная трудовая деятельность всех занятых в производстве.

Труду присущи три основных признака:

- осознанная, целенаправленная деятельность человека;
- энергозатратные действия, работа мышц и ума;
- общественно признанный результат.

На основании сказанного можно сделать вывод: труд — это осознанная, целенаправленная, энергозатратная, результативная деятельность людей. Подлинное богатство любой страны — это люди, производящие своим трудом материальные, социальные и духовные ценности. В экономической теории используют понятие «трудовые ресурсы», объединяющее всех граждан страны в трудоспособном возрасте.

Понятие «трудовые ресурсы» охватывает не только тех, кто работает, но и тех, кто временно не занят в производстве, но хочет трудиться и ищет работу.

При оценке трудовых ресурсов страны учитывают следующие факторы:

- демографическую (половозрастную) структуру;
- уровень общего и специального образования;
- долю занятых высококвалифицированным, квалифицированным и малоквалифицированным трудом;
- распределение работников по отраслям экономики (промышленность, сельское хозяйство, сфера обслуживания и др.).

Труд подразделяется на физический и умственный. В экономической литературе можно встретить понятия «синие воротнички» и «белые воротнички».

На Западе работающие в учреждениях, конторах, магазинах, институтах традиционно надевают белые рубашки, поэтому их называют «белыми воротничками», а работников физического труда, которые носят более темную одежду, — «синими воротничками».

В зависимости от характера трудовой деятельности различают две основные категории трудовых ресурсов: рабочие и служащие. Существуют работники сферы обслуживания, а также работники высшего управленческого персонала — «золотые воротнички». Долгое время считалось, что труд «синих воротничков» является производительным, а «белые воротнички» не создают никаких благ. В современной экономике труд в сфере науки, управления, образования, культуры, информационных услуг считается столь же производительным, как и в сфере материального производства.

Существует множество профессий, специальностей, которые характеризуют узкую зону трудовой деятельности человека.

Профессия — более широкое понятие, чем специальность, характеризует вид трудовой деятельности, которым человек профессионально овладел.

Специальность — это вид труда, для выполнения которого человек в процессе обучения получил специальную подготовку.

Наличие профессий и специальностей является результатом **разделения труда**.

Однако следует отметить, что разделение труда, его специализация порождают необходимость взаимодействия работников: ведь чем уже специализация, тем сильнее взаимозависимость участников производства, а это означает, что производству присущ закон обобществления труда: чем уже специализация труда, тем выше его кооперация.

За трудовую деятельность наемный работник получает денежное вознаграждение, именуемое **заработной платой**.

Размер заработной платы дифференцируется в зависимости от профессии работника, его квалификации, уровня образования, стажа работы, а также формы предприятия (государственной или негосударственной), на котором занят работник.

Между оплатой труда на государственных и негосударственных предприятиях существуют следующие различия:

- на государственных предприятиях заработная плата регулируется правительственными актами, на частных — решением администрации предприятия (но не ниже установленного законом минимального размера оплаты труда);
- на государственных предприятиях заработная плата фиксирована, т. е. стабильна (повышение происходит за счет индексации), тогда как на негосударственных — напрямую зависит от рыночных успехов фирмы.

Однако на любой работе ценятся знания, мастерство и прилежание. Тот, кто обладает этими качествами, сможет конкурировать с другими работниками на рынке труда.

В реальной жизни количество труда измеряется затратами рабочего времени. На этом основана *повременная система оплаты труда*, в соответствии с которой трудящемуся платят за отработанное время.

Для определения денежной суммы, которую следует выплатить работнику за отработанное время, нужно установить цену одного часа рабочего времени, т. е. тарифную ставку (или тариф).

Тарифы разрабатывают и устанавливают для разных категорий работников с учетом их профессионально-квалификационного и образовательного уровня.

Заработную плату рассчитывают путем умножения количества отработанных часов на тарифную ставку. Такую систему применяют в тех случаях, когда конечный результат работы трудно измерить точно, или же он не зависит непосредственно от работника, напри-

мер при оплате работы диспетчера в аэропорту. Многие преподаватели имеют повременную оплату (в зависимости от количества учебных часов, которые они отработали).

Второй формой оплаты труда является сдельная форма, при которой учитывают объем работы или количество продукции, произведенной работником.

Например, заработная плата слесаря зависит от количества обработанных им деталей.

Для отдельных категорий работников устанавливают месячные ставки заработной платы в виде должностных окладов, действующих обычно в течение длительного срока. Оклад увеличивают по мере роста стажа работы и квалификации работника. Должностные оклады применяют при оплате труда служащих: менеджеров, бухгалтеров, научных работников, чиновников в государственных учреждениях.

Уровень оплаты труда в отдельных случаях связывают со срочностью исполнения работы.

Аккордная оплата — повышенная оплата за срочную работу с учетом конечного результата.

Кроме основной заработной платы, которую люди могут получать по одной из перечисленных форм, существуют и дополнительные способы оплаты труда. Это, прежде всего, различные премии. При начислении премии очень многое зависит от руководителя коллектива и от той системы поощрения, которую он применяет. Премии могут выплачиваться всему коллективу по итогам года или за какой-либо конкретный результат, например за удачно заключенную сделку. Руководитель может премировать отдельных работников за качество, интересную идею или инициативу и даже по случаю дня рождения или «круглой» даты работы в фирме.

В целях поощрения сотрудников на предприятии могут применяться выплаты стимулирующего характера:

- за производственные показатели;
- по итогам временного периода (месяца, квартала, года);
- надбавки к окладам;
- компенсации оплаты коммунальных услуг, питания и проезда;
- оплата проезда к месту отдыха;
- вознаграждение за выслугу лет.

Для понимания принципов построения системы заработной платы в рыночной экономике важно знать, что основой этой системы

является минимальный размер оплаты труда, который определяется законодательно и периодически индексируется (повышается на определенный процент) с учетом инфляционного роста цен.

Заработная плата — не только экономическая, но и социальная категория. Это основной вид дохода, от которого во многом зависит уровень жизни народа.

Если США из Великой депрессии 1930-х гг. вышли во многом благодаря резкому повышению обязательной минимальной оплаты труда, иными словами, за счет стремительного повышения покупательной способности населения, то мы, увы, выбрали путь прямо противоположный.

Государство различными методами воздействует на рынок труда. Для регулирования рынка труда государство использует различные программы снижения уровня безработицы. Рост безработицы привел к тому, что государства смирились с ее существованием, начали рассматривать безработицу как нормальное явление рынка труда.

В итоге сформировалось такое понятие, как «естественный уровень безработицы», которое не отрицает полной занятости в стране. В последние годы естественный уровень безработицы составляет 6—8 %.

Безработными принято считать тех, кто может и хочет работать, активно занимался поиском работы, но не смог трудоустроиться из-за отсутствия рабочих мест или недостаточной профессиональной подготовки. Рассмотрим существующие виды безработицы.

Скрытая безработица наблюдается тогда, когда люди на работе не нужны (избыточная численность работающих), но их не увольняют, избегая ухудшения социальной ситуации.

Добровольной безработицей называют те случаи, когда человек уклоняется от работы. Человеку платят пособие по безработице и ему может быть невыгодно наниматься на любую работу.

Классической безработицей считают такую, которая возникает ввиду недостатка капитала в стране, что является нормой бедных стран (непосредственно безработица в таких случаях часто не регистрируется).

В развитых странах безработицу называют современной.

Она может быть фрикционной (характеризуется наличием перерывов в трудовой деятельности при смене места работы), а также функциональной (возникает в результате действия каких-либо конкретных факторов общества).

Например, социальные потрясения вызывают появление беженцев, которым трудно найти работу.

Структурная безработица вызвана изменением отраслевой и региональной структуры производства, например закрытием угольных шахт.

Циклическая безработица возникает в периоды спада производства во время кризиса и депрессии, когда совокупные расходы в экономике сокращаются и соответственно снижается спрос на рынке труда.

Она ведет к снижению уровня жизни населения: создаются предпосылки для снижения доходов работающих по найму; потерявшие работу получают лишь пособия по безработице; сокращается потребительский спрос, уровень сбережений, что способствует дальнейшему экономическому спаду.

Российская безработица не носит циклический характер, а обусловлена так называемым «трансформационным кризисом» экономики, связанным с переходом от централизованной экономики к рыночной системе хозяйствования.

По статистическим данным, численность официально зарегистрированных безработных на конец 2009 г. составила 2 780 363 чел. По данным Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации, рост численности безработных в прошлом году наблюдался в 70 субъектах Российской Федерации. Особенно высокие темпы отмечены в Сахалинской, Магаданской области и в Забайкальском крае. А наиболее высокий уровень безработицы зафиксирован в Южном федеральном округе — 7,94 %.

По методике вычислений, принятой в Международной организации труда, уровень безработицы в России в 2009 г. составил 8,1 % всего экономически активного населения. А в США уровень безработицы достиг 10 %, в Испании — 17 %.

Безработица — социально неблагоприятное явление, с которым нужно бороться, т. е. создавать новые рабочие места. Интересы работников призваны отстаивать **профессиональные союзы**.

Сформировать хороший трудовой коллектив — одна из основных задач любого руководителя.

В настоящее время широко используют контрактную систему найма на работу, при которой условия и размер заработной платы оговорены в контракте.

Контракт заключают на определенный срок либо на выполнение определенной работы.

Почти все работники стремятся к высокому уровню оплаты труда, но не все связывают это желание с условием работать с высокой отдачей, т. е. эффективно. Об уровне эффективности производства свидетельствует производительность труда.

Производительность труда — количество товаров и услуг, получаемых из единицы затрат ресурсов или производимых в единицу времени.

Обычно принято исчислять производительность труда количеством продукции, выпускаемой за единицу времени: год, месяц, рабочую смену, час.

В масштабе экономики региона, отрасли, страны производительность труда чаще всего измеряют величиной ВВП или НП, приходящегося на одного занятого работника в год. Сравнивая разные страны по показателю производительности труда, к сожалению, можно отметить, что Россия значительно уступает экономически развитым странам.

В Японии, США, Германии один работающий создает в год ВВП на 40 тыс. долл., а в России — чуть более 3 тыс. долл. А если ВВП создается меньше, то соответственно и потребляется его меньше.

На производительность труда влияет множество факторов, которые можно подразделить на общие (оказывающие постоянное воздействие) и специфические (значимость которых изменяется).

К общим факторам роста производительности труда относятся:

- уровень специального образования и профессиональной подготовки работников;
- качество производственного оборудования и технология производственных процессов;
- современные методы организации труда и управления производством;
- материальная и моральная заинтересованность работников;
- период деловой активности экономики («подъем» или «спад»);
- масштабы производства, позволяющие экономить на издержках производства.

Основоположником современной организации производства (создания условий для работы) считают американского автомобильного магната Генри Форда, который впервые ввел в производство конвейер, сократив до минимума потери рабочего времени. Г. Форд стал основоположником научной организации труда, но одновременно был и автором «научной системы выжимания пота».

К специфическим факторам производительности труда относятся:

ры:

- демографический состав работников;
- стоимость энергозатрат (электричества, нефти, угля);
- доля отраслей социальной инфраструктуры (здравоохранения, образования, средств массовой коммуникации);
- объем инвестиций в производство.

Однако один из наиболее популярных американских ученых-экономистов Лестер Туроу в известной в США книге «Нулевая экономика» отметил, что в настоящее время успех фирмы зависит не от производительности труда, как ранее, а от возможности компании создать высококлассную производственную команду.

Повышение производительности труда является главным реальным источником преодоления негативных последствий как периода реформ, так и мирового финансового кризиса. Это важнейший фактор необратимости проводимых реформ, а в конечном итоге — улучшения жизни народа.

5.3. ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР. КОНЦЕПЦИЯ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ

Известно, что потребление — это использование продукта в процессе удовлетворения потребностей. Однако нельзя потреблять больше, чем произведено, поэтому производство и потребление тесно связаны между собой.

Люди ежедневно тратят деньги на покупку необходимых им товаров. Именно расходы потребителя являются неперенным вкладом в развитие отечественной экономики. В экономической теории человека как покупателя конечных потребительских благ, непосредственно удовлетворяющих его материальные, социальные и духовные потребности, называют потребителем.

В рыночной экономике быть полноценным потребителем — значит, регулярно получать доход и разумно расходовать его. Для того чтобы судить о величине дохода, нужно различать его номинальное и реальное выражение.

Номинальный доход — это сумма денег, поступающая в личное распоряжение получателя.

Реальный доход — это то количество товаров и услуг, которое можно приобрести на данный номинальный доход.

Доход, получаемый физическими лицами, подразделяют на три части — уплата налогов, текущее потребление и личные сбережения.

Доход, оставшийся после уплаты налогов, называют *чистым личным доходом*, наибольшая часть которого направляется на личное текущее потребление.

Это значит, что основная масса личных доходов сразу же возвращается в экономику в виде потребительских расходов получателей дохода.

Выделяют три основных типа потребительских расходов: товары кратковременного пользования, товары длительного пользования и услуги (медицина, туризм и т. п.).

Доля расходов на продукты питания (товары краткосрочного пользования) в структуре личного дохода является объективным показателем уровня жизни в стране: чем меньше эти расходы, тем выше уровень благосостояния.

В условиях рыночной экономики расширяются возможности потребительских расходов: кроме перечисленных трех основных направлений потребительских расходов к ним относятся также капитальные ресурсы, ценные бумаги, недвижимость.

Объем и структура потребительских расходов отдельного человека или семьи зависят от доходов, цен, распределения доходов на потребление и сбережение, потребительских вкусов. Общее, суммарное потребление всех семей и отдельных граждан определяется объемом производства и импорта потребительских товаров и услуг, попадающих в сферу потребления.

Кроме личного потребления существует еще производственное и общественное потребление.

Производственное потребление осуществляется в ходе производства на предприятиях, в предпринимательской деятельности и выражается в использовании сырья, материалов, энергии, полуфабрикатов, информации, машин, оборудования, зданий и сооружений.

Общественное потребление — это использование материальных и духовных ценностей в целях удовлетворения потребностей государства (на оборону, экологию, управление, образование и т. д.).

Масштабы общественного потребления определяются в основном при формировании государственного бюджета.

Финансовый план образования и использования денежного фонда государства — **государственный бюджет** — состоит из

двух взаимосвязанных частей: доходной и расходной. Доходная часть показывает, откуда поступают денежные средства для финансирования деятельности государства, а расходная, — на какие цели они направляются.

Структура государственного бюджета определяется экономическим потенциалом государства, масштабами решаемых государством задач и его ролью в экономике.

Источниками доходной части бюджета являются:

- прямые и косвенные налоги (80 — 90 % бюджета; наиболее крупные из них: — подоходный, на прибыль, на добавленную стоимость);
- государственные займы, осуществляемые с помощью выпуска государственных ценных бумаг (10 — 20 % бюджета);
- эмиссия бумажных и кредитных денег (в условиях превышения расходов над доходами).

Расходную часть бюджета используют на социальные пособия, образование, здравоохранение. С помощью этих расходов государство стремится смягчить разрыв в доходах различных социальных групп. Значительную часть расходов государство направляет на финансирование производства, оборону и административно-управленческую деятельность. В период кризисов государство выделяет значительные средства для финансирования антикризисной деятельности.

Каждое правительство стремится к тому, чтобы доходная часть бюджета была равна расходной. Однако в реальности расходная часть обычно превышает доходную, т. е. появляется бюджетный дефицит. Его возникновение обусловлено следующими причинами: спадом производства, завышенными расходами на социальные программы, возросшими затратами на оборону.

Для финансирования дефицита государственного бюджета существует несколько способов:

- дополнительная эмиссия денег (монетаризация), которую считают наиболее опасным путем погашения дефицита из-за лавинообразной инфляции;
- превращение дефицита в государственный долг за счет обращения к кредитным учреждениям или выпуска займов;
- увеличение налогового бремени; сокращение государственных расходов.

Успешная борьба с дефицитом бюджета достижима только в том случае, если она способствует искоренению вызвавших его причин и ликвидации его негативных последствий.

В России в последние годы государство проводило особую финансовую политику, направленную на формирование бюджетного излишка (профицита). Профицит, построенный на сдерживании государственных расходов, сокращал совокупный спрос, что сдерживало экономический рост. При растущей экономике от профицита можно отказаться, так как темпы роста обеспечат прирост налоговых поступлений, а значит, и источники погашения государственного долга.

В условиях рыночной экономики существенную помощь потребителю в выборе экономического продукта оказывает реклама — оперативная информация о ценах и товарных новинках.

Положительной стороной рекламы является то, что она стимулирует конкуренцию между производителями и стимулирует рост потребительского спроса.

По мере расширения ассортимента товаров и услуг потребитель все больше нуждается в защите своих прав. Существуют специальные государственные законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей и общества, отстаивающие права потребителей и принимающие меры против недобросовестных производителей.

Система защиты прав потребителя включает в себя:

- право на безопасность — это и доброкачественность пищевых продуктов, и минимальный риск в транспортном сервисе и т. д.;
- право на информацию — это предоставление потребителю полных и достоверных сведений об условиях продажи и гарантиях производителя;
- право на выбор, обеспечиваемый конкуренцией. Любые попытки воспрепятствовать конкуренции должны рассматриваться как нарушение прав потребителя;
- право на защиту — это гарантия поддержки перечисленных выше прав в безусловном судебном порядке.

Люди потребляют товары и услуги потому, что они приносят им удовлетворение их потребностей. На языке экономической теории это свойство называют **полезностью**.

Потребитель, как правило, постепенно увеличивает количество единиц потребляемого блага, пока не удовлетворит потребность в нем, так как каждая дополнительная единица блага приносит ему дополнительную полезность. Ее называют **предельной полезностью**, обладающей следующими свойствами:

- предельная полезность каждой следующей единицы меньше, чем предыдущей. Значит, предельная полезность

носит убывающий характер. Это происходит потому, что между количеством блага и реальной потребностью в нем существует обратная зависимость. Чем блага больше (по сравнению с потребностью), тем меньше предельная полезность его последней единицы, а следовательно, и ценность этого блага для потребителя;

- общая полезность, полученная от потребления данного блага, будет равна сумме предельных полезностей всех единиц. Если, например, предельная полезность первого бутерброда равна четырем единицам, второго — трем, а третьего — одной единице, то общая полезность составит восемь единиц (в теории условную единицу полезности принято называть «ютиль»);
- предельная полезность данного блага всегда будет определяться полезностью последней имеющейся единицы этого блага, удовлетворяющей наименее настоятельную потребность. В нашем примере с бутербродами она будет равна единице.

Согласно теории предельной полезности (маржинализма) учитывают не столько затраты, сколько полезные результаты производства. На основании изложенного можно сформулировать суть закона убывающей предельной полезности: предельная полезность блага уменьшается по мере увеличения общего объема благ, которыми располагает потребитель.

Поведение покупателя на рынке, его спрос на товары и услуги, потребительский выбор зависят не только от полезности разных товаров, но и величины денежных доходов потребителей.

На первый взгляд кажется, что богатые люди приобретают больше товаров, чем малоимущие, но это не совсем так. Богатые люди покупают больше высококачественных, дорогих товаров и меньше дешевых, низкокачественных.

Немецкий статистик Эрнест Энгель (XIX в.) обнаружил естественную закономерность, проявляющуюся в том, что по мере роста доходов потребителей увеличиваются расходы на покупку более дорогих товаров.

Структура потребления — это в экономике соотношение между количествами разных видов потребляемых товаров.

Рассмотрим, в чем же состоит эффект замещения.

Предположим, что потребитель выбрал наилучший, с его точки зрения, набор товаров. Но ведь цены не остаются неизменными.

Если цена на один товар, входящий в набор, снизилась, а на остальные осталась неизменной, то разумно предположить, что потребитель будет стремиться замещать относительно подорожавшие товары относительно подешевевшими.

Таким образом, снижение цены некоторого товара вызовет рост спроса на него со стороны индивидуального потребителя. Прирост спроса на подешевевший товар, который образовался вследствие замены более дорогостоящих благ менее дорогостоящими, называется **эффектом замещения**.

Так, большой урожай яблок обуславливает снижение цен на них. В результате покупатели могут уменьшить потребление других, более дорогих фруктов, заменяя их яблоками.

5.4. РЕГУЛИРОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИКИ

Объективная необходимость вмешательства государства в экономику обусловлена несовершенством рыночного механизма, который оказался не в состоянии решать множество социально-экономических проблем и в целом обеспечить экономический рост.

Роль государства в рыночной экономике проявляется через его основные функции:

- создание и регулирование правовой основы функционирования экономики;
- обеспечение нормальных условий работы рыночного механизма.

Необходимыми экономическими функциями государства являются также организация денежного обращения и предоставление общественных товаров, т.е. услуг коллективного пользования (национальная оборона, государственное управление, охрана общественного порядка, национальные сети коммуникаций и др.). Государство финансирует производство общественных благ или непосредственно управляет их производством.

Государство обязано также устранять негативные последствия внешних эффектов, или особых дефектов, возникающих в процессе рыночного производства и потребления (загрязнение окружающей среды, автомобильные заторы на дорогах и т. п.).

Значительная часть экономических функций государства в современных условиях связана с потреблением и перераспределением национального дохода.

Перечень экономических функций государства включает также проведение внешнейторговой политики, контроль над международной миграцией капиталов и рабочей силы, регулирование валютных курсов, управление платежными балансами. Осуществление этих функций обеспечивает реализацию национальных интересов в мировой экономике, т. е. на международном уровне.

Защита среды обитания человека, политики занятости и пособий безработице, стимулирование использования научно-технических достижений в производстве — все это стало обязательными функциями государства в современной рыночной экономике.

Экономический механизм, сложившийся в нашей стране за последние 20 лет, не в состоянии решить накопившиеся проблемы, используя инструменты микроуровня. В этих условиях возрастает роль и функции государственного регулирования — необходимость государственной стратегии выхода из кризиса.

Для того чтобы уяснить, в каком направлении следует действовать (увеличивать или уменьшать налоги, бюджетные расходы, учетную ставку, операции на открытом рынке, норму резервов), правительство должно иметь представление об общей экономической ситуации. Это достигается путем сопоставления объемов совокупного спроса, совокупного предложения и совокупного производства.

Совокупный спрос — это годовая сумма всех доходов, используемых на приобретение товаров и услуг.

Совокупное предложение — это годовая сумма всех расходов на производство товаров и услуг.

Макроэкономическое равновесие — состояние, при котором совокупный спрос равен совокупному предложению.

Однако реальность гораздо сложнее: чаще складывается ситуация, когда товаров производится больше или меньше, чем может поглотить совокупный спрос; в первом случае часть производственных расходов не будет возмещена, во втором — не будет израсходована часть доходов.

Для обеспечения макроэкономического равновесия государство располагает двумя инструментами: фискальной и монетарной политикой.

Слово «фиск» в переводе с латинского означает «корзина», в которой хранились деньги древнеримского легиона. В настоящее время это слово означает государственную казну, поэтому попытку правительства воздействовать на экономическую ситуацию за счет

казны (путем изменения налогов и бюджетных расходов) называют *фискальной политикой*.

История налогов насчитывает более 5 тыс. лет, в течение которых из обычных жертвоприношений они превратились сначала в принудительные повинности, а затем — в обязательные государственные сборы.

Изменяя ставки налога и налоговые льготы, государство может существенно способствовать подъему экономики. Нужно дать предприятиям возможность зарабатывать такие деньги, чтобы они смогли платить своим работникам достойную заработную плату.

Если государство хочет помочь предпринимателям преодолеть спад и застой в производстве, оно увеличивает инвестиции, направляя их в те отрасли, которые, по его мнению, нуждаются в помощи. Благодаря этой поддержке предприниматели могут использовать большую, чем раньше, часть своей прибыли на расширение производства, покупку нового оборудования. Расширение производства требует больше трудовых ресурсов, в результате в стране сокращается число безработных.

Однако слишком большой рост государственных расходов приводит к отрицательным последствиям в экономике. Если расходы государства превышают доходы, возникает бюджетный дефицит. Для того чтобы покрыть дефицит, государство прибегает к помощи займов: выпускает ценные бумаги и продает их населению, фирмам, банкам. По этим ценным бумагам их держатели имеют право получать регулярный доход в виде процентов. Кроме того, для покрытия бюджетного дефицита государство берет кредиты у других государств.

К необходимым элементам государственных расходов относятся *дотации* — денежные суммы, выделяемые из государственного бюджета для преодоления отраслевых кризисов.

Обычно дотации предоставляются предприятиям, чья продукция имеет важное социальное и народно-хозяйственное значение. За счет дотаций государство поддерживает относительно низкие цены на отдельные товары. Помощь государства может также выражаться в *государственных закупках* и *государственных заказах*.

Фискальная (налогово-бюджетная) политика обладает огромными возможностями для регулирования рыночной экономики, и ее активно используют во всех странах мира.

Как уже упоминалось, вторым инструментом макроэкономического равновесия служит монетарная политика.

Монетаризм — это политика регулирования количества денег в стране.

Поскольку количество денег предопределяет предпринимательскую активность и уровень цен, то его увеличение повышает активность бизнеса (и, к сожалению, цены), а уменьшение — снижает цены (и, к сожалению, деловую активность). Отсюда следует принцип монетаризма: при спаде производства необходимо увеличивать денежную массу, при подъеме — сокращать ее.

Государство, как правило, не пытается управлять всей массой наличных и безналичных денег, которые находятся в обращении, но оно может управлять значительной частью этих денег при помощи **банковской системы**.

Практически во всех странах банковская система организована по **двухуровневому принципу** (Центральный банк — коммерческие банки).

Центральный банк выпускает деньги в обращение, т.е. осуществляет **эмиссию** и выдает кредиты коммерческим банкам на какую-то определенную сумму. Коммерческие банки, в свою очередь, выдают кредиты (в пределах этой суммы) фирмам и частным лицам.

Деньги, которые поступают фирмам и населению в виде кредитов коммерческих банков, составляют большую часть всех денег в экономике. Центральный банк регулирует размеры кредитов, которые коммерческие банки могут выдавать фирмам, с помощью двух инструментов регулирования размеров кредитов: путем изменения процентной ставки и нормы резервирования банковских средств.

1. Изменение процентной ставки. Государственный банк выдает коммерческим банкам кредиты под определенный и одинаковый для всех процент. Это значит, что процентные ставки, которые будут устанавливать коммерческие банки своим клиентам, должны быть по крайней мере не ниже (а в действительности, как правило, выше, иначе это не принесет никакой прибыли коммерческим банкам), чем процентная ставка Центрального банка. Если государство повышает процентную ставку на кредиты коммерческим банкам, то и банки вынуждены повышать свои процентные ставки. Наоборот, если государство снижает процент платы за кредиты, коммерческие банки имеют возможность сделать более дешевыми кредиты для фирм и населения.

Как изменение процентной ставки влияет на бизнес? Рассмотрим два варианта кредитной политики государства:

1) процентная ставка растет — кредиты становятся более дорогими — фирмы берут меньше кредитов — денежная масса, находящаяся в обращении, уменьшается;

2) процентная ставка снижается — кредиты становятся более дешевыми — фирмы берут больше кредитов — денежная масса, находящаяся в обращении, увеличивается.

В первом случае цель государства — сдержать рост денежной массы в обращении и тем самым «обуздать» инфляцию и рост цен в стране.

Во втором случае в итоге возрастает экономическая активность предпринимателей: фирмы вкладывают (инвестируют) больше средств в производство товаров и услуг, в расширение своего бизнеса.

2. Изменение нормы резервирования банковских средств. Средства, которые находятся в распоряжении любого банка, состоят из двух частей: резервы; деньги, которые банк может выдавать в виде кредита. Доля, которую составляет резерв банка от общей суммы его средств, называется **нормой резервирования**.

Рассмотрим, как изменение нормы резервирования, которую устанавливает Центральный банк РФ, влияет на экономическую ситуацию в стране. В этом случае, как и в предыдущем, возможны два варианта:

1) норма резервирования увеличивается — количество выдаваемых банком денег уменьшается — фирмы берут меньше кредитов — денежная масса, находящаяся в обращении, уменьшается;

2) норма резервирования уменьшается — количество ссуженных денег увеличивается — фирмы берут больше кредитов — денежная масса, находящаяся в обращении, увеличивается.

Как видно, оба инструмента служат одним и тем же целям. Для бизнеса очень важно, какую ставку процента кредитования и норму резервирования средств банка устанавливает государство, особенно когда фирмы берут кредиты для финансирования крупных проектов или мероприятий.

Между фискальной и монетарной политикой есть определенные различия: если первая связана с мерами административного характера, то вторая имеет опосредованное воздействие. Фискальная политика ближе к идеям Дж. М. Кейнса, а монетарная — к идеям А. Смита. Оба направления долгое время противопоставлялись, но практика показала необходимость их сочетания.

Мощным средством регулирующего воздействия на рыночную экономику является правовое регулирование рыночной экономики. Правовое регулирование состоит в разработке законов, обеспечивающих нормы функционирования рыночных структур (биржи, банка, акционерного общества), защиту прав предпринимательства

коммерции, интересов покупателей и общества, равноправие рыночных субъектов, посредничество между предпринимателями и наемными работниками, борьбу с теневой экономикой и т. д. В своде рыночных законов исключительное значение имеют **антимонопольное законодательство** и **дефляционная политика**.

Важный смысл антимонопольного законодательства состоит в том, что государство берет на себя право вмешиваться в бизнес в тех случаях, когда есть реальная угроза рыночным отношениям и нормальной конкуренции.

Для отечественной экономики с ее невиданным уровнем монополизации производства и обращения антимонопольное регулирование становится главным условием перехода к цивилизованным отношениям.

Столь же актуальна и дефляционная политика государства, поскольку современной рыночной экономике присущи деформирующие ее инфляционные процессы.

Особым направлением в государственном регулировании рыночной экономики является защита отдельных социальных групп.

Рассмотрим направления социальной защиты, которые в развитой рыночной экономике являются приоритетными.

Гарантия минимальной заработной платы. Регулярный пересмотр размера минимальной заработной платы является основным элементом государственной политики доходов. Минимальный размер оплаты труда (МРОТ) разработан и применяется исключительно для регулирования размера оплаты труда, а также при исчислении размеров пособия по временной нетрудоспособности и выплат в случаях причинения вреда здоровью в ходе исполнения трудовых обязанностей.

Обеспечение занятости. Главной целью правительства в сфере занятости является поддержание естественного уровня безработицы (не более 5 % численности экономически активного населения). Для этого, в частности, используют налоговые льготы предпринятиям, увеличивающим число рабочих мест, регулируют въезд иностранных рабочих, организуют отделы или центры службы занятости и т. д.

Индексация фиксированных доходов. Государство частично возмещает денежные потери населения в результате инфляционного роста цен на потребительские товары (индексация сбережений в банках, государственных облигаций и др.).

Государство должно активно вмешиваться в экономические процессы, так как существуют проблемы, которые нельзя решить только на рыночной основе.

В частности, пора приступать к детальной инвентаризации имеющихся производственных мощностей и максимальному их использованию.

Российские предприятия нуждаются в масштабных инвестициях. Без них невозможно модернизировать основные фонды в жизненно важных отраслях, поддерживать минимально необходимый уровень экономической безопасности страны, решать наиболее острые социальные проблемы.

Деятельность государства по обеспечению экономической безопасности должна состоять в выявлении случаев, когда фактические или прогнозируемые параметры экономического развития отклоняются от принятых пороговых значений экономической безопасности, организации работы для преодоления такой ситуации (в частности, рассмотрение Советом Безопасности Российской Федерации проектов федерального бюджета с точки зрения обеспечения экономической безопасности), экспертизе принимаемых решений по финансовым и хозяйственным вопросам, а также в отношении законодательных и правовых актов с точки зрения экономической безопасности.

Решить все перечисленные проблемы невозможно без государства. Именно государство является в настоящее время гарантом стабильности, оптимальности и цивилизованности рыночной экономики.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАНИЯ

1. На основе публикаций в газете «Экономика и жизнь» проанализируйте, как изменялся ВВП России за последние два года.

2. Побеседуйте с кем-нибудь из ваших родственников или знакомых, работающих в бизнесе, и постарайтесь получить информацию о форме оплаты труда, общем заработке. Выясните, какие налоги он платит и какова величина его чистого заработка.

3. Посетите центр службы занятости и попытайтесь узнать следующее:

- вакансии каких профессий и специальностей есть в банке данных;
- формы и размеры оплаты по этим вакансиям;
- чем можно объяснить различия в оплате труда на различных видах работ и в разных профессиях;

- какие из предлагаемых работ пользуются спросом, а какие — нет;
- специалист какой профессии так и не смог найти работу?

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Почему именно производство следует считать основой экономики? Дайте определение понятия «структура производства». Чем она характеризуется?
2. В каком случае говорят, что производство экономически эффективно?
3. Что представляет собой валовой внутренний продукт страны? Почему его считают наиболее важным макроэкономическим показателем производства?
4. Чем отличается валовой внутренний продукт от валового национального продукта?
5. Дайте определение понятия «национальный доход». На какие части он подразделяется?
6. Объясните суть понятия «трансферты».
7. Назовите главные признаки труда. Какой результат деятельности следует считать полезным?
8. Дайте оценку трудовых ресурсов страны.
9. Охарактеризуйте производительность труда как экономическое понятие, отражающее эффективность использования рабочей силы, трудовых ресурсов.
10. В чем вы видите причины низкой производительности труда в России?
11. Объясните, как потребление согласуется с производством.
12. Какова структура потребительских расходов?
13. Что включает в себя «система защиты потребителя»?
14. Почему потребителю необходима реклама?
15. Сформулируйте закон убывающей предельной полезности. При каких условиях действует этот закон?
16. В чем заключается эффект замещения?
17. Каковы причины и цели государственного регулирования экономики?
18. В чем суть и механизм макроэкономического регулирования?
19. На что государство расходует средства из своего бюджета?
20. Почему государство проводит антимонопольную политику?

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО МЕСТО В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Изучив эту главу, вы сможете:

- рассказать историю возникновения и сущность предпринимательства;
- охарактеризовать условия развития предпринимательства и основные проблемы, стоящие перед предпринимателями;
- перечислить современные формы предпринимательской деятельности в России;
- рассказать о способах организации, регистрации и ликвидации фирм;
- объяснить суть понятия «маркетинг», и почему он оказался в центре внимания предпринимателей;
- определить роль управления в предпринимательской деятельности и объяснить, чем менеджмент отличается от обыкновенного управления.

6.1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Впервые понятие «предприниматель» появилось с возникновением рабства и возможности использовать труд рабов, а война стала двигателем его хозяйственной предприимчивости: вслед за завоевателями-полководцами пошли завоеватели-хозяйственники. История сохранила память о многих предпринимателях, деятельность которых была тесно связана с воинственными набегами, пиратством и торговлей.

Первые предприниматели-промышленники были связаны с военным делом. Отец известного афинского оратора Демосфена был хозяином фабрики мечей, где трудились 32 раба. В Риме действовали школы гладиаторов, организованные на предпринимательских началах.

В Средние века сформировались хозяйственные условия для образования нового типа предпринимателей. Начинаящие предпри-

ниматели того времени были представлены купцами, торговцами, ремесленниками и миссионерами.

С зарождением капитализма стремление к богатству обуславливает желание получать неограниченную прибыль. Действия предпринимателей принимают профессиональный и цивилизованный характер. Нередко предприниматель, будучи собственником средств производства, непосредственно трудится на своем предприятии.

В середине XVI в. появились акционерные общества. Первые акционерные компании возникли в сфере международной торговли (например, английская торговая компания, основанная для торговли с Россией в 1554 г.).

В конце XVII в. возникают первые акционерные банки. Исторически сложилось так, что банки стали основной формой не только хранения денег вкладчиков, но и эффективного размещения финансовых средств в различных отраслях промышленности, торговли и услуг.

Наиболее крупный размах банковские операции получили в Англии, в которой раньше, чем в других европейских странах, капитализм оформился как победивший общественный строй. Большинство современных принципов банковского дела зародились именно в Англии. Мир обязан этой стране появлением в 1694 г. прототипа современных банкнот, которые в XX в. окончательно заменили в денежном обороте золотые и серебряные монеты, а также векселей — долговых расписок, выдаваемых друг другу коммерсантами.

В XVIII в. произошло разграничение собственников капитала и тех, кто стал управлять им. Для успеха предприятию уже было недостаточно заинтересованности его владельца, необходимы были исключительные способности, которыми часто этот владелец не обладал. В этих условиях стало неизбежным появление нового типа предпринимателя, имевшего способности для организации предприятия и управления им, и новой профессии — менеджер, или организатор и руководитель крупного производства.

После Второй мировой войны у банков появились такие мощные конкуренты, как страховые компании. Они сосредоточили свою деятельность на компаниях и частных лицах, стремящихся обезопасить себя от различных форс-мажорных обстоятельств (непредвиденных обстоятельств, ведущих к банкротству компаний или составляющих угрозу жизни частного лица).

Не менее прибыльным на Западе стал бизнес брокерских домов и холдинговых компаний. Первые занимались по заказу поручителей выгодным размещением акций их компаний и скупкой акций прибыльных фирм.

Холдинговыми (держательскими, от англ. *hold* — держать) называют компании, владеющие **контрольным пакетом** акций других фирм. Холдингом может быть как промышленная, торговая корпорация, так и банк или страховая компания.

Через систему участия в акционерном капитале организуемых или контролируемых фирм холдинги получают широкие возможности диктовать своим дочерним фирмам такую стратегию развития, которая в максимальной степени соответствует прежде всего интересам холдинга.

Пирамиду разновидностей бизнеса венчают гигантские *транснациональные корпорации* (ТНК), имеющие десятки своих филиалов внутри страны и за рубежом. Эти корпорации производят тысячи видов продукции, владеют имуществом, оцениваемым как минимум в сотни миллионов долларов, обеспечивают работой десятки тысяч людей, контролируют оборот капитала, размеры которого зачастую оказываются больше, чем весь произведенный за год объем продукции некоторых стран.

Транснациональные корпорации, среди которых такие известные автомобильные гиганты, как «Дженерал Моторс», «Форд», «Крайслер» (США), «Тойота» и «Ниссан» (Япония), «Фиат» (Италия), «Даймлер-Бенц» (Германия), «Вольво» (Швеция), лидеры электронной промышленности «Ай-Би-Эм», «Моторола», «Диджитал» (США), «Хитачи», «Сони» (Япония), «Оливетти» (Италия), «Голд Стар» (Южная Корея), «Филипс» (Голландия), «Сименс» (Германия), уже давно вышли за рамки бизнеса в обыденном понимании этого слова.

Это практически бизнес-государства, для которых не существует второстепенных вопросов ни в области финансового положения страны их базирования, ни в сфере государственной политики, ни в кругу проблем, стоящих в целом перед мировой экономикой. Не зря знаменитый афоризм одного из основателей крупнейшей автомобильной компании мира «Дженерал Моторс»: «То, что хорошо для «Дженерал Моторс», хорошо и для США» — все чаще перефразируют следующим образом: «Все, что выгодно транснациональным корпорациям, хорошо для государства».

В России предпринимательство существует с давних времен: уже в Киевской Руси оно существовало в торговой форме и в виде промыслов. Предпринимательство в России дооктябрьского периода зарождалось снизу, пройдя все необходимые ступени становления буржуазии, основой которой было купечество и крестьяне, т. е. формирование происходило с учетом национального менталитета, российских традиций, обычаев, идеалов, религиозной этики. Целью традиционного предпринимательства является производство

товаров и услуг в условиях равновероятностного (для всех) рыночного спроса с учетом действующих законов. С развитием предпринимательства, ориентированного на рынок для бедных людей, развивалась страна. Однако не все предприниматели очень активно участвовали в политической жизни России.

Русская модель предпринимательства традиционно основывалась на следующих принципах:

- отношение к труду как к добродетели. Создание предприятий, которые служили не только предпринимателю, но и обществу;
- способность трудового населения России к самоограничению (отсутствие культа наживы), стремление не к богатству, а к необходимому достатку («Тот и богат, кто нужды не знает» — гласит русская пословица). Отрицательное отношение к богатым, которое сформировалось в философию «неправды больших денег» («От трудов праведных не наживешь палат каменных»);
- организация труда и производства на демократической основе — община, артель (кооператив).

Особую роль в истории российского предпринимательства сыграл Петр I (1683—1725). При нем начался промышленный подъем, было построено 200 предприятий, причем больше половины (57 %) — на частные средства. Их владельцам предоставляли льготы, например казенные земли, оборудование, денежные средства. По всей России создавались мануфактуры, бурно развивались такие отрасли промышленности, как горная, оружейная, суконная, полотняная. Известным представителем династии предпринимателей-промышленников в ту пору являлась семья Демидовых, родоначальником которой был тульский кузнец.

После отмены крепостного права (1861) продолжалось дальнейшее развитие предпринимательства: строились железные дороги, была реорганизована тяжелая промышленность, оживилась акционерная деятельность.

В России в 1890-е гг. окончательно сложилась индустриальная база предпринимательства, а в начале XX в. оно стало массовым явлением.

Обратимся к некоторым фактам. До 1914 г. русские ситцы успешно конкурировали с английскими на мировом рынке и Иваново-Вознесенск не зря называли русским Манчестером; это же можно сказать и о русских сукнах. Россия вышла на одно из первых мест в мире по экспорту хлеба, причем из 100 пудов собранной пшеницы за рубеж продавалось всего 19, а из 100 пудов ржи — 1 пуд. Шло

бурное развитие промышленности, строились электростанции, прокладывались телеграфные и телефонные линии, дороги. К концу XIX в. была проложена великая Сибирская железная дорога протяженностью 7,5 тыс. км, которая отлично служит и в наше время.

Знаменитая российская фирма Кузнецовых по производству фарфоровых и фаянсовых изделий была создана в России в 1810 г. Расцвет фирмы начался после 1864 г., когда ее возглавил Матвей Сидорович Кузнецов. Он сделал ставку на сочетание высокого художественного уровня своих изделий с массовым их производством, позволяющим удешевить продукцию. Примером быстрого роста масштабов предприятий этой фирмы в рамках массового производства может служить Дулевский фарфоровый завод (успешно работающий и в настоящее время).

В период 1910—1913 г. соотношение производительных и торгующих организаций в России было 85 к 15 %, в настоящее время — 5 к 95 %.

Во все времена дореволюционной России, особенно начиная со времен Екатерины II, невозможно было продвинуться вверх по общественной лестнице, не совершая социально-ориентированных поступков: филантропия — милосердие и человеколюбие — была неотъемлемым качеством российского сословия предпринимателей.

К знаменитым династиям делового мира России можно отнести: Морозовых, Мамонтовых, Рябушинских, Третьяковых, Бахрушиных, Прохоровых, Абрикосовых, Смирновых, Вишняковых, Елисеевых и многих других. О них можно не только прочитать в появившейся в последнее время литературе, но и попасть к ним «на прием» самостоятельно или в ходе экскурсии в единственном в стране музее российских меценатов и благотворителей, где собраны уникальные экспонаты, фотографии и картины, предметы утвари, семейные документы и др. Многие именитые династии нашли себя в бизнесе и способны взвешенно оценить деловую практику современных российских бизнесменов.

После Октябрьской революции 1917 г. в России были национализированы все крупные предприятия, экспропрированы средства производства и имущество всех частных предпринимателей.

Новая экономическая политика (НЭП), разработанная В. И. Лениным в 1921 г., внесла некоторое оживление в предпринимательскую деятельность. С конца 1920-х гг. предпринимательство вновь сворачивается и возрождается лишь в 1990-е гг. С принятием Закона РСФСР от 24 декабря 1990 г. № 443-1 «О собственности в РСФСР», Закона РСФСР от 25 декабря 1990 г. № 445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности» были восстановлены в

своих правах частная собственность и предпринимательская деятельность.

Что же представляет собой предпринимательство и в чем заключается суть профессии «предприниматель»?

Английские ученые-экономисты А. Смит и Д. Рикардо представляли экономику как саморегулирующийся механизм, в котором творческому предпринимательству не находилось места.

Известный американский экономист австрийского происхождения Йозеф Шумпетер в книге «Теория экономического развития», которая впервые вышла в 1911 г., объясняет понятие «предприниматель» как новатор. По его утверждению, функция предпринимателя состоит в реализации нововведений, играющих главную роль в развитии капиталистической экономики, в обеспечении экономического роста. Новаторство и новизна были признаны неотъемлемой частью предпринимательства.

В Энциклопедическом словаре предпринимателя* дано следующее определение предпринимательства:

Предпринимательство — инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица.

Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами.

Коммерческий успех предпринимателя связан с получением прибыли, а для этого необходимо производство товаров и услуг, удовлетворяющих общественные потребности.

Предприниматель всегда действует в условиях неопределенности, связанной с непрерывными изменениями конъюнктуры рынка и поведением рыночных субъектов, что заставляет его проводить постоянную переориентацию производства и сбыта продукции. Поэтому неопределенность и постоянные изменения экономических условий порождают риск как неотъемлемую черту предпринимательской деятельности и заставляют предпринимателя принимать нестандартные решения для воплощения в жизнь своих коммерческих задумок.

* Энциклопедический словарь предпринимателя / сост. С. М. Синельников, Т. Г. Соломоник, Р. В. Янборисова. — Спб. : Алга-Фонд : Аякс-пресс, 1992. — 414 с.

Существует перечень качеств, которыми должен обладать предприниматель: способность придумывать или находить новые идеи; трудолюбие — умение много времени и сил посвящать предприятию; коммуникабельность или общительность, так как предпринимательство предполагает работу с большим числом людей в различных сферах; решительность, способность идти на риск; одержимость в хорошем смысле — душевное осознание того, что хочешь создать дело, которое останется после тебя.

В работе предпринимателя могут возникать различные сложности. Рассмотрим главные из них.

Риск. Американская статистика свидетельствует о том, что каждые два из трех новых предприятий терпят крах в течение первых четырех лет, а их организаторы несут ощутимые финансовые потери.

Конкуренция. С самого начала предприниматель сталкивается с различными конкурентами, из которых наиболее трудными противниками являются крупные компании.

Неустойчивость. Финансовые возможности начинающих предпринимателей крайне ограничены, поэтому даже незначительное ухудшение экономической ситуации оборачивается потенциальным банкротством для мелких предпринимателей.

Налоги. Несмотря на льготное налогообложение малого бизнеса начинающим предпринимателям зачастую не под силу выдержать даже платежи в бюджет.

Кредит. Из-за рискованности и финансовой неустойчивости малого бизнеса банки неохотно кредитуют начинающих предпринимателей и, как правило, на условиях высоких процентов.

Как овладеть секретами предпринимательства, научиться бизнесу? Бесспорно, всякое сложное дело требует способностей и таланта, но главное — нужно быть целеустремленным и упорно трудиться. Лишь в труде и учебе могут развернуться человеческие способности.

6.2.

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Любая предпринимательская деятельность осуществляется в рамках определенной организационной формы. Право каждого на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности закреплено в ст. 34 Конституции Российской Федерации.

Попробуем разобраться в основных формах предпринимательской деятельности. В каждой стране предпринимательская деятельность осуществляется в определенных, предусмотренных ее законами, формах. Существуют две формы правового статуса предпринимателя — индивидуальный предприниматель и юридическое лицо.

Индивидуальное предпринимательство ведется без образования юридического лица. В данном случае предприниматель несет ответственность по обязательствам, связанным с его деятельностью, всем имуществом (кроме имущества, на которое не может быть предъявлено требование законодательством). Индивидуальный предприниматель имеет право самостоятельно осуществлять найм и увольнение работников, выбирать вид деятельности, определять формы, системы, размеры оплаты труда, формировать и использовать по своему усмотрению доход и прибыль, свободно распоряжаться производимой продукцией, выбирать партнеров по бизнесу, вести учет по упрощенной системе.

Эта форма бизнеса характерна для мелких магазинов, предприятий сферы услуг, ферм, профессиональной деятельности юристов, врачей и педагогов.

Второй формой предпринимательства является коллективное предпринимательство, предприниматели объединяются для совместного достижения общих хозяйственных целей и регистрируются как юридические лица.

Под **юридическим лицом** понимают организацию, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество. Юридическое лицо от своего имени приобретает и осуществляет имущественные и личные неимущественные права, несет обязанности, является истцом или ответчиком в суде. Своим имуществом юридическое лицо отвечает перед кредиторами (как правило, это средства, находящиеся на банковских счетах юридического лица).

Юридическое лицо действует на основании учредительного договора или устава либо на основании того и другого вместе взятых. **Учредительный договор** заключается, а **устав** — утверждается учредителями юридического лица, которыми могут быть граждане и юридические лица, в том числе и иностранные.

В зависимости от своей основной цели организации, являющиеся юридическими лицами, могут быть коммерческими или некоммерческими.

Коммерческие организации (в отличие от некоммерческих) в качестве основной цели своей деятельности ставят получение прибыли.

Рассмотрим организационно-правовые формы коммерческих организаций:

- хозяйственные товарищества;
- хозяйственные общества;
- производственные кооперативы;
- государственные или муниципальные унитарные предприятия.

Все эти типы коммерческих организаций отличаются друг от друга прежде всего формированием имущества, взаимодействием участников при управлении делами организации, распределением между участниками прибыли и части имущества, получаемого ими в случае ликвидации организации, экономической ответственностью участников по ее долгам.

Предприниматель должен решить, в какой организационно-правовой форме он будет осуществлять свою деятельность. От этого будут зависеть его права и обязанности.

Хозяйственными товариществами и обществами признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет этих вкладов, а также приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на правах собственности. Вкладом в имущество могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права или иные права, имеющие денежную оценку.

Имущество государственного или муниципального унитарного предприятия находится соответственно в государственной или муниципальной собственности.

Гражданским законодательством предусматриваются две формы хозяйственного товарищества: **полное товарищество** и **товарищество на вере (коммандитное товарищество)**. Их участниками могут быть индивидуальные предприниматели, а также коммерческие организации.

Полными товарищами называют таких участников, которые занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Учредительным документом товарищества является **учредительный договор**, который подписывается всеми полными товарищами. Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников. Каждый участник полного товарищества вправе действовать от имени товарищества,

если учредительным договором не установлено, что все его участники ведут дела совместно или ведение дел поручено отдельным участникам. При совместном ведении дел для совершения сделки требуется согласие всех участников товарищества.

Участник полного товарищества обязан внести не менее половины своего вклада в складочный капитал товарищества к моменту его регистрации. Остальная часть должна быть внесена в сроки, установленные учредительным договором.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между участниками пропорционально их долям в складочном капитале. По обязательствам полного товарищества его участники несут солидарно субсидиарную ответственность своим имуществом.

Субсидарная — это дополнительная ответственность, т. е. при недостатке имущества товарищества для погашения долгов полные товарищи отвечают лично принадлежащим им имуществом пропорционально сделанным вкладам в складочный капитал товарищества.

В **товариществе на вере** наряду с полными товарищами имеется один или несколько участников-вкладчиков (**коммандитистов**), которые не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности и несут риск убытков в пределах сумм, внесенных ими вкладов. Учредительный договор о создании товарищества на вере подписывается только полными товарищами; они же осуществляют управление деятельностью этим товариществом. Вкладчики не вправе оспаривать действия полных товарищей по управлению и ведению дел товарищества. Основной интерес вкладчика — это получение прибыли на вложенный капитал.

В правовом регулировании деятельности товариществ имеется много нерешенных проблем, поэтому в России они не очень популярны.

Следующая группа коммерческих организаций — **хозяйственные общества**. Они создаются в форме обществ с ограниченной ответственностью, обществ с дополнительной ответственностью, акционерных обществ, дочерних и зависимых обществ.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) учреждается одним или несколькими лицами (гражданскими или юридическими). Число участников ООО не должно быть более пятидесяти, они не отвечают по обязательствам общества, а риск убытков несут в пределах стоимости внесенных вкладов.

Учредительными документами ООО являются учредительный договор, подписанный учредителями, и утвержденный ими устав. Высший орган ООО — общее собрание участников, которое избирает единоличного руководителя или наряду с ним коллегиальный исполнительный орган.

Уставный капитал общества разделен на доли, размер которых определяется учредительными документами. Размер уставного капитала должен быть не менее 100 МРОТ (используются данные о МРОТ, установленном федеральным законом на дату представления документов для государственной регистрации). На момент регистрации общества уставный капитал должен быть оплачен его участниками не менее чем наполовину. Неоплаченная часть уставного капитала подлежит оплате в течение первого года деятельности ООО.

Участники общества вправе продать (или иным образом уступить) свою долю в уставном капитале ООО (либо ее часть) одному или нескольким участникам данного общества, а также в любое время выйти из общества независимо от согласия других участников.

Участники **общества с дополнительной ответственностью** (ОДО) несут ответственность по обязательствам ОДО не только в размере своих вкладов в уставный капитал, но и своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере стоимости их вкладов. Однако хотя ответственность расширена, взыскание по долгам общества не может быть обращено на все имущество участников. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам ОДО распределяется между остальными пропорционально их вкладам, если иной порядок не предусмотрен учредительными документами. К ОДО применяются те же правовые нормы, что и к ООО.

Широко распространенной формой предпринимательства в современных условиях являются **акционерные общества** (АО). Большинство их создано путем приватизации государственных и муниципальных предприятий.

Акционерное общество — такое общество, уставный капитал которого поделен на установленное число акций; акционеры не несут ответственности по его обязательствам и рискам убытков деятельности общества. Требования кредиторов не удовлетворяются за счет личного имущества акционеров.

Акция подтверждает размер вклада владельца в уставный капитал и закрепляет его права на получение части прибыли АО, участие в управлении обществом и часть имущества, оставшегося после его ликвидации. Прибыль распределяется пропорционально числу акций, находящихся в собственности акционеров.

Учредителями АО могут выступать юридические лица, граждане, в том числе иностранные граждане. Учредители заключают между собой договор, определяющий порядок осуществления ими совместной деятельности по созданию общества, размер уставного капитала, категории выпускаемых акций, порядок их размещения и иные условия.

Учредительным документом акционерного общества служит устав, согласованный со всеми его учредителями. Устав акционерного общества содержит сведения о категориях выпускаемых обществом акций, их номинале и количестве; об объеме уставного капитала общества; о правах и обязанностях акционеров; об организации и управлении обществом, процессах принятия решений.

Закон различает открытые и закрытые АО.

В **открытом АО** (ОАО) участники могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, в **закрытом** (ЗАО) — акции распределяются только среди его учредителей или иного (заранее определенного) круга лиц.

Минимальный уставный капитал ОАО должен составлять не менее 1 000 МРОТ, а ЗАО — не менее 100 МРОТ (используют данные о МРОТ, установленном федеральным законом на дату регистрации АО).

Открытые АО создают, как правило, в целях привлечения значительных средств путем продажи акций среди потенциально широкого круга **инвесторов**. Таким образом, если планируется масштабный инвестиционный проект, наиболее целесообразно создавать ОАО.

В АО существует трехзвенная система управления: общее собрание, совет директоров (создается, если в обществе более 50 участников) и исполнительный орган (единоличный или коллегиальный).

Все требования кредиторов удовлетворяются за счет имущества АО. По обязательствам общества к ответственности могут быть привлечены акционеры, не полностью оплатившие акции, а также акционеры, занимающие руководящие должности, по вине которых наступило банкротство АО.

Доля привилегированных акций в уставном капитале акционерного общества не может быть более 25 %. Акционерное общество имеет право осуществлять выпуск облигаций на сумму, не более сложившегося размера уставного капитала.

Гражданским кодексом Российской Федерации (ГК РФ) впервые определены дочерние и зависимые общества.

Дочерним хозяйственное общество становится в связи с преобладающим участием в его уставном капитале основного общества

или товарищества в соответствии с заключенным между ними договором.

Дочернее общество не отвечает по долгам основного. Основное общество (товарищество) отвечает перед кредиторами за действия дочернего. Убытки участников (акционеров) дочернего общества, понесенные по вине основного общества (товарищества), возмещаются последним.

Зависимым хозяйственное общество признается в случае, если основное общество имеет более 20 % голосующих акций всего общества или 20 % уставного капитала общества с ограниченной ответственностью.

Производственный кооператив (ПК), или **артель** — добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении имущественных паевых взносов его членов. Число членов кооператива не может быть менее пяти.

Учредительным документом кооператива является устав, утверждаемый общим собранием его членов — высшим органом управления ПК. Прибыль кооператива распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием. В таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации ПК. Члены ПК несут субсидиарную ответственность по его обязательствам.

Унитарное предприятие — это коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней имущество.

Унитарные предприятия отличаются от других коммерческих организаций следующими особенностями:

- в форму хозяйствования унитарной организации заложен принцип унитарности (собственником имущества является государство), а в форму хозяйствования других коммерческих организаций — принцип корпоративности;
- имущество унитарного предприятия является неделимым и ни при каких условиях не может быть распределено по вкладам, долям и паям, в том числе и между работниками предприятия;
- управление унитарным предприятием осуществляется руководителем, назначенным собственником.

В зависимости от того, кому принадлежит собственность, унитарные предприятия могут быть **государственными** или **муници-**

важными. Такие предприятия в зависимости от прав, предоставляемых учредителем, подразделяют на две категории:

- с правом хозяйственного ведения;
- с правом оперативного управления.

Право хозяйственного ведения шире права оперативного управления, т.е. предприятие, функционирующее на основе права хозяйственного ведения, имеет большую самостоятельность в управлении.

Некоммерческие организации не ставят получение прибыли в качестве основной цели своей деятельности, хотя имеют право заниматься предпринимательской деятельностью в том случае, когда это необходимо для реализации их уставных целей. Прибыль, полученная от предпринимательской деятельности, полностью используется для саморазвития и не распределяется между участниками.

Назовем основные формы некоммерческих организаций:

- ассоциации или союзы, образуемые как коммерческими, так и некоммерческими организациями;
- общественные организации (объединения);
- благотворительные и иные фонды;
- учреждения, финансируемые собственником (учредителем) полностью или частично;
- образовательные и иные учреждения, функционирующие на основе полного или частичного самофинансирования;
- религиозные организации (объединения);
- потребительские кооперативы.

6.3.

РЕГИСТРАЦИЯ, ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ И ПРЕКРАЩЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Решив создать новое предприятие, предприниматель должен пройти несколько обязательных этапов. На начальном этапе создания предприятия определяют состав его учредителей и разрабатывают учредительные документы.

В учредительных документах юридического лица определяют наименование юридического лица, место его нахождения и порядок управления его деятельностью. В наименовании должно содер-

жаться указание на организационно-правовую форму юридического лица.

Коммерческая организация имеет фирменное наименование, использование которого является исключительным правом этого юридического лица. В качестве места нахождения указывают конкретный адрес, по которому размещен орган управления, а также юридические основания этого размещения (договор купли-продажи помещения, аренды и др.).

Учредительный договор заключают в письменной форме и подписывают лично все учредители, подпись представителя юридического лица-учредителя заверяют печатью этой организации.

В учредительном договоре учредители обязуются создать юридическое лицо, определяют порядок совместной деятельности по его созданию, размер уставного капитала, условия передачи своего имущества и участия в деятельности организации. Договором определяются условия и порядок распределения прибыли и убытков, управления юридическим лицом, выхода учредителей из его состава.

В уставе определяется организационно-правовая форма коммерческой организации, размер уставного капитала, ответственность участников за нарушение обязанностей по оплате уставного капитала, состав и компетенция органов управления, порядок принятия ими решения, порядок распределения прибыли, условия ликвидации.

Сведения, содержащиеся в учредительном договоре и уставе, не могут составлять коммерческую тайну.

Российское законодательство обязывает каждого предпринимателя, занимающегося бизнесом, получать государственную регистрацию. Государственная регистрация в соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и предпринимателей» проводится за пять рабочих дней или ранее со дня представления документов в регистрирующий орган. Государственная регистрация юридического лица проходит по месту нахождения, указанному в заявлении о государственной регистрации, а индивидуального предпринимателя — по месту его жительства.

Для государственной регистрации предприятия необходимо представить:

- заявление о регистрации, подписанное учредителями;
- утвержденный учредителями устав;
- решение о создании организации или договор учредителей;
- документы, подтверждающие оплату не менее 50 % уставного капитала;

- свидетельство об уплате государственной пошлины;
- документы, подтверждающие правовой статус учредителей.

Регистрацию проводят путем присвоения предприятию очередного номера в журнале регистрации поступающих документов, проставления специальной надписи (штампа) с наименованием регистрирующего органа, номером и датой на первой странице учредительных документов, заверяемой подписью ответственного за регистрацию, и выдачи **регистрационного свидетельства**. Сведения об образованном юридическом лице вносятся в открытый реестр.

Орган, осуществивший регистрацию, сообщает сведения о ней в налоговый орган, который ставит предприятие на учет по месту его нахождения и присваивает ему идентификационный номер налогоплательщика.

Для определенных видов деятельности государственной регистрации недостаточно для ведения предпринимательского дела, необходимо еще получение лицензии (Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»).

Для получения лицензии в лицензирующий орган необходимо представить следующие документы:

- заявление о выдаче лицензии с указанием вида деятельности и срока ее осуществления;
- нотариально заверенные копии учредительных документов и свидетельства о государственной регистрации;
- справка о постановке на учет в налоговом органе;
- документ, подтверждающий оплату рассмотрения заявления.

Решение о выдаче лицензии или об отказе в этом должно быть принято лицензирующим органом в течение 30 дней со дня получения заявления и документов.

Отказ в выдаче лицензии может быть сделан по следующим причинам:

- неточность данных в документах, предоставляемых заявителем для оформления лицензии;
- несоответствие определенных факторов хозяйственной деятельности лицензионным условиям.

За оформление лицензии уплачивается налоговый сбор, который полностью поступает в государственный бюджет. Плата за ли-

цензии — единовременный платеж от субъекта хозяйствования за оформление лицензии.

С момента получения лицензии предприниматель получает право на ведение соответствующего вида деятельности, что и происходит в течение срока действия лицензии.

Осуществление деятельности без лицензии является основанием для принудительной ликвидации юридического лица по решению суда.

Сделка, совершенная юридическим лицом, не имеющим соответствующей лицензии, может быть признана судом недействительной.

Прекращение деятельности юридического лица может происходить в результате **реорганизации** или **ликвидации**.

Реорганизация предполагает, что права и обязанности организации переходят к другим лицам.

Ликвидация может быть как добровольной, так и принудительной.

Процедура ликвидации проходит в несколько этапов:

1) учредители юридического лица обязаны письменно сообщить о ликвидации органу, осуществившему государственную регистрацию. Регистрирующий орган вносит в единый государственный реестр сведения о том, что юридическое лицо находится в процессе ликвидации;

2) назначают ликвидационную комиссию, которая помещает в органах печати сообщение о ликвидации фирмы и о порядке и сроке заявления требований кредиторов;

3) составляют промежуточный баланс, который содержит сведения о составе имущества фирмы и о перечне требований кредиторов;

4) расчеты с кредиторами осуществляют за счет денежных средств, имеющихся у организации. Если их недостаточно, то ликвидационная комиссия проводит продажу имущества с публичных торгов. Согласно ГК РФ (ст. 64) установлено пять очередей расчетов с кредиторами:

- граждане, перед которыми ликвидируемое юридическое лицо несет ответственность в результате причинения вреда жизни или здоровью;
- расчеты по выплате выходных пособий и оплате труда лиц, работающих по трудовому договору (контракту), и по выплате авторского вознаграждения;
- кредиторы по обязательствам, обеспеченным залогом имущества ликвидируемого юридического лица;

- задолженность по обязательным платежам в бюджет и внебюджетные фонды;
- другие кредиторы;

5) составляют ликвидационный баланс. Оставшиеся после удовлетворения требований кредиторов денежные средства зачисляются в уставный капитал организации, который вместе с оставшимся имуществом передают учредителям;

6) решение о ликвидации, оригиналы учредительных документов, справки о снятии с учета из налогового органа и органов статистики, ликвидационный баланс, подтверждение факта уничтожения круглой печати, штампов и бланков организации направляют в орган, осуществляющий регистрацию предпринимателей;

7) юридическое лицо считают прекратившим существование после внесения об этом записи в «Единый государственный реестр юридических лиц».

Соответствующие процедуры осуществляются и в процессе прекращения деятельности индивидуального предпринимателя.

6.4.

МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Маркетинг — это основной фактор предпринимательства. Предприниматель, создавая новую фирму, всегда ищет ответы на вопросы: кто может стать потребителем его товара и сколько будет таких потребителей? Рассмотрим два способа поведения фирмы на рынке:

- фирма сначала производит товар, потом пытается его продать;
- фирма сначала определяет потребность в товаре, а затем производит и продает его.

Ясно, что второй способ поведения более правильный, так как в этом случае фирма занимается изучением рынка и речь идет не только о рынке, но и о маркетинге.

Слово «маркетинг» (*marketing*) происходит от английского слова «market» (рынок) и означает деятельность людей, связанную с изучением и формированием рынка.

Под маркетингом понимают такой вид рыночной деятельности, который направлен на удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена.

Суть маркетинга излагается в известном принципе: «Производить то, что продается, а не продавать то, что производится».

Маркетинг возник в США в начале XX в. как обобщение практики неценовой конкуренции в условиях обострения сбыта (перепроизводства) продукции. Вначале маркетинг охватывал только рекламные услуги и услуги торговых агентов. В настоящее время маркетинг — это активность во всем, что помогает увеличить объемы продаж. Для этого предприниматель должен:

- выяснить, что хочет потребитель;
- выбрать продукцию или услуги, которые можно предложить для удовлетворения потребностей потребителя;
- правильно назначить цену товара;
- организовать продвижение и рекламу товара;
- найти рынок сбыта и распространять свою продукцию;
- получить в конечном итоге прибыль.

В условиях современной рыночной экономики маркетинг выполняет следующие основные функции, которые перечислим последовательно: комплексное изучение рынка и выявление неудовлетворенного спроса и потенциальных потребностей покупателей, разработка мероприятий по удовлетворению этих потребностей, планирование товарного ассортимента и, наконец, планирование и осуществление сбыта.

Талант предпринимателя состоит в том, чтобы произвести именно то, что нужно покупателю, но о чем он, покупатель, часто и не догадывается.

Для этого проводят различные социально-психологические исследования, используют экономические прогнозы и т. д. В результате находят «нишу» на рынке, которую и заполняет фирма своей продукцией.

Любой предприниматель понимает, что его товары не могут нравиться сразу всем покупателям, так как покупателей слишком много, они широко разбросаны по территории страны и различаются между собой нуждами, привычками и запросами. Поэтому основная масса предпринимателей должна сосредоточиться на обслуживании отдельных частей, или сегментов рынка.

Каждый предприниматель должен выявить наиболее привлекательные для него сегменты рынка, которые он способен эффективно обслужить. После выбора сегмента рынка для осуществления своей деятельности предприниматель должен подумать, как проникнуть туда. Если сегмент уже устоялся, там существует конкуренция, поэтому нужно определить позиции всех имеющихся конку-

ентов и принять решение о расположении рядом с одним из них или о разработке и выпуске такого товара, которого еще нет на рынке.

На действия потребителей также влияет продвижение товаров с помощью маркетинга-микс, или, как его еще называют, концепции «4Р», которая заключается в том, что маркетинг в своей основе включает четыре основных элемента:

- 1) товар (*product*);
- 2) цену (*price*);
- 3) рынок сбыта (*place*);
- 4) продвижение (*promotion*) товара.

С помощью каждого из перечисленных элементов предприниматель воздействует на потребителей, тем самым увеличивая сбытовую активность.

Основным элементом комплекса маркетинга является товар. **Товар** — все, что предлагается на рынке для удовлетворения потребностей населения.

Разработка товара включает в себя разнообразные виды деятельности, основные из которых целесообразно рассмотреть:

- разработка потребительских свойств, которые определяют материал, из которого будет сделан товар, его конструкцию, качество, способ употребления;
- оформление — это всевозможные внешние признаки товара: его размеры, цвет, отделка и другие особенности, делающие товар более или менее привлекательным для потребителя;
- упаковка — это одно из наиболее сильных «орудий» маркетинга. Хорошо продуманная упаковка одновременно привлекает покупателя и служит для него дополнительным удобством;
- товарные знаки (марки). Первое название принято в нашей стране, второе — за рубежом. Они широко распространены в современном бизнесе. Если товар пользуется успехом у потребителей, присвоение ему товарного знака или названия может послужить важной отличительной чертой этого товара от остальных и «закрепить» завоеванный успех;
- дополнительные услуги (сервис), которые для некоторых товаров имеют большое значение. Например, фирма, производящая товары производственного назначения, — станки и оборудование, может привлечь заказчиков следующими услугами: доставкой, установкой и наладкой

оборудования, техническими консультациями, послепродажным обслуживанием.

Следующим важным элементом маркетинга, с помощью которого предприятие может воздействовать на поведение потребителя, является цена.

Цена товара — важнейший фактор, который определяет выбор покупателя. Формируется она под влиянием нескольких факторов: издержек производства, степени полезности товара для потребителей, силы и слабости конкурентов.

Так, например, если фирма производит продукцию массового потребления, то снижение цен может позволить расширить сбыт. Если фирма ориентируется на высокооплачиваемые слои, то снижение цен может дать негативный эффект.

Высокие цены на продукцию могут быть обоснованы высоким качеством, большой степенью полезности для потребителя, престижностью покупок у знаменитой фирмы. Любая ценовая политика должна учитывать позиции конкурентов, их реакцию. Если покупатель сочтет цены несправедливыми, то он уйдет к конкуренту.

Таким образом, правильно выбрав ценовую стратегию, предприятие сможет захватить большую долю рынка, увеличить прибыль.

Третьим элементом комплекса маркетинга является **рынок, или организация распределения товаров и услуг**, т. е. **сбыт**. Под сбытом в маркетинге понимают комплекс мероприятий, который можно представить в виде схемы, приведенной на рис. 6.1.

Сбыт начинается с доработки (сортировки, фасовки, упаковки) товара, его складирования и хранения, что позволяет продвинуть его к оптовым и розничным торговцам.

Товары на рынке проходят от производителя до потребителя путь, который называется **каналом распределения** (рис. 6.2).

Выбор канала распределения является основной составляющей сбыта в маркетинге. По мере продвижения товара по каналу распределения каждый участник проводит пересчет его цены, добавляя собственную наценку.

Существование посредников и посреднических организаций в бизнесе определяется экономической целесообразностью. Это означает, что во многих случаях производителю выгоднее продать свой товар по более низкой цене посреднику-оптовику, чем создавать в своей фирме специальные службы по его конечной реализации. Выигрыш в прибыли, который он получит от продажи товара

по более высокой (розничной) цене, не окупит дополнительные затраты фирмы на создание таких служб.

То же самое во многих случаях можно сказать о фирмах-оптовиках, которые по аналогичным причинам прибегают к услугам розничных фирм.

Выбрав канал распределения, производители начинают заниматься собственно продажей и послепродажным обслуживанием

Однако главный элемент, который может влиять на лидерство фирмы в рыночном сегменте на действия потенциальных и реальных потребителей, их отношения к товарам и компании в целом, — это продвижение. Коммуникации с потребителями в настоящее время стали очень важны с учетом еще и того, что средства доставки информации до покупателя достигли большого многообразия.

Основные цели, которые могут быть достигнуты с помощью продвижения, — это и осведомленность потребителей о фирме, товаре, и достижение понимания поведения потребителей.

Основными видами продвижения являются реклама и стимулирование сбыта.

Реклама — система мероприятий, направленных на доведение сжатой и художественно оформленной информации о товаре, услугах или предприятии до потенциального покупателя.

Реклама имеет несколько целей: создать образ предприятия (долгосрочное влияние), увеличить текущий сбыт (краткосрочное влияние), помочь покупателям решить, что покупать, и объяснить им, почему они должны покупать этот товар.



Рис. 6.1. Составляющие маркетинга сбыта в маркетинге

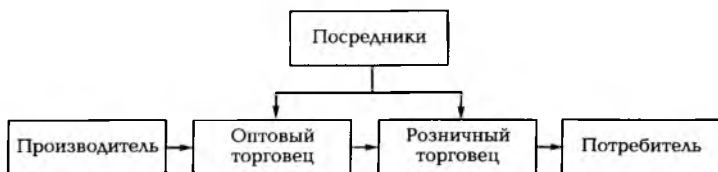


Рис. 6.2. Канал распределения

Реклама должна быть адресована как существующим, так и потенциальным клиентам. Акценты рекламы будут меняться вместе с изменением целей предприятия, но главная ее задача — создавать и расширять клиентуру. Если продукт находится на рынке определенное время и спрос на него сформировался, то в этих условиях реклама будет обращена главным образом к потребителям, пользующимся этим продуктом. Однако для поддержания спроса часть рекламы должна быть направлена на тех, кто не пользуется вашей продукцией, для того чтобы заменить клиентов, ушедших к конкурентам. Нельзя забывать один из основных принципов рекламы: не старайтесь доказывать в рекламе, как хорошо вы изготавливаете товар, скажите лучше, что покупатель получит, приобретя его.

Стимулирование сбыта — маркетинговая деятельность, которая направлена на стимулирование приобретения покупателем товара.

Наиболее распространены следующие способы стимулирования сбыта:

- продажа товара по льготной цене; например, покупатель крупных партий товаров у фирм-оптовиков получает скидку;
- распродажа по сниженным ценам (сезонные распродажи товаров и т. д.);
- премии постоянным клиентам фирмы;
- конкурсы и лотереи (денежные призы фирм и т. д.);
- внутренние витрины, т. е. демонстрация товара на месте продажи;
- персональная продажа — устное представление услуги или товара, его свойств, способов применения при беседе с несколькими или даже одним потенциальным потребителем в целях совершения покупки;

- общественное мнение — очень распространенный вид продвижения в настоящее время. Неличностное стимулирование спроса на товар или услугу с помощью размещения важной информации, например новостей в периодических изданиях, на радио или телевидении, которое, в отличие от рекламы, не оплачивается каким-то определенным спонсором.

Фирмы стимулируют не только потребителей, но и своих работников — агентов по продаже. Их поощряют денежными и другими вознаграждениями за активную деятельность в сфере продаж.

Таким образом, все перечисленные выше элементы маркетинга являются при правильном их применении ключевым моментом конкуренции в рыночном пространстве и удержании предприятием своих лидирующих позиций.

6.5. МЕСТО УПРАВЛЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. МЕНЕДЖМЕНТ

В условиях развитых рыночных отношений одним из важнейших моментов успешного функционирования предпринимательства является организация управления хозяйственной деятельностью, позволяющая вырабатывать решения, направленные на эффективное использование имеющихся материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов. Эту задачу выполняет аппарат управления — группа руководителей и специалистов, на которую возложены управленческие функции. Решение же конкретных проблем управления связано с понятием «менеджмент». Это система управления производством и сбытом продукции или услуг, применяемая в целях повышения их эффективности и получения наивысшей прибыли.

Термин «управление» первоначально означал умение объезжать лошадей и править ими. Английское слово «manage» (управлять) происходит от корня латинского слова «manus» (рука). Затем этим термином стали обозначать умение владеть оружием и управлять колесницами; в настоящее время этим термином обозначают умение управлять людьми или предприятиями.

В управлении всегда присутствуют две стороны: управляющая — субъект управления и управляемая — объект управления.

Субъекты управления — это люди, в функции которых входит осуществление управления, т. е. руководители, организаторы, органы власти.

Объекты управления — отдельные работники или производственные коллективы, действующие согласно решениям субъекта управления.

Способы воздействия субъектов управления на объекты управления называют **методами управления**. В экономике принято различать три группы методов управления работниками и производственными коллективами:

- экономические методы основаны на использовании экономических механизмов регулирования поведения людей, когда экономические цели людей и организации совпадают, деятельность людей оценивается экономическими результатами и они получают определенную плату за результаты своего труда;
- административные методы основаны на приказах, распоряжениях, директивах; в этом случае стимулируется не инициатива, а точное выполнение распоряжений;
- социально-психологические методы управления представляют собой убеждение, моральное и нравственное воздействие на людей, в результате которого они действуют в соответствии с желанием субъекта управления.

По аналогии с разделением экономики на макро- и микроэкономику представляется целесообразным выделять макро- и микроэкономическое управление.

Макроэкономическое управление — это управление экономикой страны в целом и ее внешнеэкономическими связями, экономикой основных отраслей и сфер народного хозяйства.

Микроэкономическое управление — это управление организациями, предприятиями, фирмами.

Совокупность всех видов и форм управления в предпринимательстве называют менеджментом, а управляющих деятельностью фирм — менеджерами.

Ведущая роль в управлении фирмой принадлежит его собственнику (хозяину), но не всегда он непосредственно управляет всеми делами фирмы, т. е. предпочитает нанимать опытных менеджеров.

Предприниматель принимает принципиальные решения по всем основным направлениям деятельности фирмы, рискует, т.е. берет на себя экономическую и правовую ответственность за принятие решений и результаты деятельности. Менеджер занимается организацией процесса производства и деятельности персонала, направленных на достижение высоких результатов и максимальное получение прибыли.

В условиях рынка возникает необходимость в формировании теории менеджмента, что объясняется тремя обстоятельствами:

- в связи с повсеместным созданием акционерных обществ непосредственное управление их движимым и недвижимым имуществом переходит к особой группе доверенных лиц — менеджерам, которые, не являясь собственниками данного имущества, должны обеспечить его прибыльное использование в интересах акционеров;
- вследствие усложнения технологии производства и возрастания стоимости оборудования возникает настоятельная потребность в такой организации дела, которая гарантировала бы ответственное отношение каждого работника;
- обострение конкурентной борьбы требует заинтересованного участия в делах фирмы всех ее сотрудников.

Рассмотрим виды деятельности в менеджменте (рис. 6.3).

Цели управления должны быть поставлены или сформулированы. Они могут быть главными и второстепенными. Искусство менеджера во многом определяется тем, умеет ли он выделить и сформулировать главную цель деятельности своей фирмы. Главными, тесно связанными между собой целями фирмы в бизнесе, являются: выживание, прибыль и перспективы.

Для достижения поставленной цели необходимо иметь план действий. В современной экономике все крупные фирмы применяют внутрифирменное планирование как средство достижения поставленных целей и контроля деятельности фирмы.

После составления плана необходимо подготовить и обеспечить организацию его выполнения, определив, кто и какие работы будет проводить и с кем при этом взаимодействовать.

Организация — это определение конкретных ресурсов и действий, являющихся необходимыми для реализации разработанного плана. Кроме того, к данной функции относятся такие задачи, как принятие решений о разделении обязанностей, ответственности, а также полномочий.



Рис. 6.3. Виды деятельности в менеджменте

Последним этапом в цикле управления является осуществление **контроля**, т. е. соизмерение фактических результатов работы с запланированными. Формы контроля очень разнообразны, например на производстве контроль может осуществляться путем **наблюдения** с использованием различных контрольно-измерительных приборов. Для контроля за движением денежных средств применяют финансовые и бухгалтерские документы. Менеджер может также контролировать своих подчиненных в форме письменных отчетов о работе или проводить регулярные совещания и обсуждения проблем, возникающих в фирме.

Управлять фирмой — значит, иметь дело с людьми, у которых могут быть разные вкусы, привычки, интересы и свои цели. Необходимо заинтересовать их в успехе фирмы, сделать так, чтобы они приносили ей как можно больше пользы. Эти действия называют **мотивацией**.

Мотив — внутреннее побуждение, намерение, заставляющее человека поступать определенным образом.

Рассмотрим основные мотивы, которые человек может реализовать на предприятии:

- саморазвитие — рост профессионального мастерства, общекультурное развитие;
- самореализация — работа, позволяющая проявить свои возможности и реализовать свои идеи; лидерство;
- самооценка — ощущение успеха, достижение признания, одобрения, доверия; возможность действовать самостоятельно; наличие перспектив продвижения;

- включенность в коллектив — возможность полноценного общения; установление хороших отношений с сотрудниками; информированность; участие в выработке решений;
- защищенность — спокойная работа без стрессов и психических напряжений; уверенность в завтрашнем дне; справедливость в отношениях с руководством;
- материальное благополучие — хорошая заработная плата; возможность улучшения (сохранения) социально-бытовых условий; наличие условий для отдыха и поддержания здоровья.

Однако одни и те же мотивы для разных людей имеют различную ценность. По типу доминирующих мотивов работников можно подразделить на три группы:

1) инициативные, стремящиеся к успеху, соревнованию, ответственности, для них доминирующими являются высшие мотивы (самооценка, самореализация, саморазвитие);

2) исполнительные, стремящиеся избежать неудачи, не любящие проявлять инициативу и рисковать, для этих работников доминируют низшие мотивы (материальное благополучие, защищенность);

3) «общительные» работники, ориентированные на хорошие отношения с другими сотрудниками, для них доминирующим является мотив включенности в коллектив.

Кроме мотивации в управлении бизнесом всегда есть проблема коммуникаций, т.е. отношений между людьми. Коммуникации можно определить как способы, при помощи которых люди вступают в контакты друг с другом. Проблема коммуникаций — одна из важнейших в современном менеджменте. Какие отношения складываются между работниками в фирме, отделе, группе? А у них же — с руководством? Каким образом менеджер может повлиять на эти отношения с пользой для дела? Как передается информация с верхнего уровня организационной структуры управления на нижний и обратно? Все эти вопросы входят в перечень задач и обязанностей менеджера и являются частью общей системы управления фирмой.

В выстраивании отношений предпринимателя с другими субъектами деятельности и обществом большое значение имеет личность предпринимателя, т.е. его индивидуальные личностные качества и социально-психологические характеристики.

Совокупность рассмотренных в предыдущих главах личностных качеств предпринимателя может быть дополнена и важнейшими его *социально-психологическими характеристиками*, к которым можно отнести:

- когнитивную компетентность (наличие информационной базы общих знаний и определенных профессиональных знаний);
- коммуникативную компетентность (коммуникативные умения и навыки; определенный ментальный лексикон; усвоенные коммуникативные приемы и техники влияния на партнеров по деловому общению).

Деятельность предпринимателей связана с коммерческим риском: новые обстоятельства могут принести ей успех, а могут и привести к краху. Естественно, фирма стремится сделать этот риск как можно менее вероятным. Для этого ей необходимо своевременно предвидеть, что произойдет в течение некоторого ближайшего и более отдаленного отрезков времени. Это и есть **прогнозирование**. Большинство прогнозов основано на простом предположении: если в течение длительного времени события развиваются определенным образом, то можно с большой степенью вероятности утверждать, что они будут развиваться так же еще в течение какого-то времени. Это можно назвать **тенденцией**.

Существует такой способ прогнозирования, как метод экспертных оценок. Допустим, средняя фирма выпускает разнообразную продукцию, ее руководители могут обратиться за помощью к консультантам-экспертам, т. е. специалистам в области торговли, сбыта, цен и спроса. Экспертам предлагают перечень вопросов, на которые они дают свои ответы, затем результаты опроса (мнения экспертов) собирают, обрабатывают специальным образом и на основе этого составляют прогноз. Важно, чтобы в опросе участвовало достаточно много экспертов, так как это повышает точность прогноза.

В больших фирмах прогнозы на длительную перспективу строят, используя методы математической статистики. Грамотно построенный прогноз имеет большую практическую ценность для менеджеров.

Мы рассмотрели виды деятельности в менеджменте и смогли убедиться в том, насколько широка и разнообразна деятельность менеджера в бизнесе.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАНИЯ

1. Подготовьте реферат по теме: «Знаменитые московские купцы — меценаты», используя фонды Московского музея меценатства.

2. Знакомы ли вы с каким-нибудь предпринимателем? Расскажите о нем: какими человеческими и деловыми качествами он обладает; чем занимается; успешно ли идет у него дело.

3. Составьте опорный конспект по теме: «Хозяйственные товарищества».

4. Составьте учредительный договор общества с ограниченной ответственностью.

5. Подготовьте доклад на тему: «Проблема коммуникаций в бизнесе».

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Почему мы называем предприимчивость четвертым фактором производства?
2. Кратко изложите сущность предпринимательства.
3. Когда и где появились первые акционерные компании?
4. Что такое транснациональные корпорации? Приведите примеры современных ТНК.
5. Раскройте содержание современных форм предпринимательской деятельности в России.
6. Можно ли назвать юридическим лицом:
 - владельца автомашины;
 - акционерную компанию, производящую оборудование для добычи нефти;
 - университет;
 - директора банка?
7. В каком случае предприниматель, открывший свое дело, несет ответственность по долгам своим личным имуществом?
8. В чем состоят сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования?
9. Чем отличается ограниченная ответственность от неограниченной?
10. Перечислите основные отличия коммерческих организаций от некоммерческих.
11. Чем отличается коммандитное товарищество от полного товарищества?
12. Кто может быть учредителем акционерного общества?
13. Перечислите, что может быть вкладом в уставный капитал хозяйственных обществ.
14. Кто принимает решение о регистрации новых фирм и как происходит регистрация?
15. Какая информация должна содержаться в уставе фирмы?
16. Дайте определение понятия «контрольный пакет акций».
17. Покажите схематично порядок ликвидации юридического лица.

18. Объясните, почему в современном бизнесе предприниматель должен иметь представление о маркетинге.
19. Что включает в себя «система маркетинга»?
20. Приведите несколько примеров товаров, когда упаковка значительно влияет на потребительский выбор.
21. Объясните, в чем состоит различие между предпринимателем и менеджером.
22. Что означает мотивация в бизнесе?
23. Какие методы управления учитывают материальную заинтересованность рабочих и служащих?
24. Назовите основные социально-психологические характеристики предпринимателя.

ЭКОНОМИКА МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Изучив эту главу, вы сможете:

- объяснить, в чем состоят преимущества малого предпринимательства;
- назвать организационно-экономические особенности малого предприятия;
- показать систему поддержки малого предпринимательства;
- определить основные экономические показатели предприятия (издержки производства, прибыль, рентабельность);
- описать разработку бизнес-плана малого предприятия;
- охарактеризовать виды сотрудничества малых предприятий с крупными фирмами (франчайзинг, лизинг, венчурный бизнес).

7.1. РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ И ЕГО ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

В экономике России, как и других развитых стран, одновременно функционируют крупные, средние и малые предприятия. Размеры предприятий зависят от специфики отраслей и их технологических особенностей.

Возможность эффективного функционирования малых форм производства определяется их преимуществами по сравнению с крупным производством: близостью к местным рынкам и приспособлением к запросам клиентуры; производством малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключением лишних звеньев управления.

Данный вид предпринимательства легко адаптируется к изменяющимся условиям: мелкое производство проще и быстрее перестроить, обучить или переучить небольшое количество работников.

Малый бизнес создает новые рабочие места и содействует экономическому и социальному развитию малых городов и небольших населенных пунктов.

Кроме того, участие в малом бизнесе позволяет раскрыть творческий потенциал, реализовать активность и трудоспособность миллионов граждан, наполнить рынок нужными товарами и услугами.

За последние 10 лет число малых предприятий в России возросло с 842 до 1 033 тыс., или на 22,5 %.

Наибольшими темпами росло число малых предприятий: в сельском хозяйстве с 10,9 до 28,9 тыс., или в 2,8 раза; в оптовой и розничной торговле с 373,9 до 464,6 тыс., или на 24,3 %; на транспорте и в связи — с 20,4 до 50,3 тыс., или в 2,5 раза. Высокими темпами росло число малых предприятий, занимающихся операциями с недвижимостью: с 3,9 до 163,3 тыс., или более чем в 40 раз.

К сожалению, производственное предпринимательство в составе малого бизнеса в России пока не преобладает.

Вместе с тем малое предпринимательство в России по сравнению с развитыми странами Западной Европы, США и Японии развито недостаточно. В этих странах малые предприятия обеспечивают $\frac{2}{3}$ прироста новых рабочих мест, что позволило значительно сократить безработицу. Малые и средние фирмы США производят 40 % валового национального продукта и половину валового продукта частного сектора. Они обеспечивают создание и освоение около половины всех нововведений в экономике США, относящихся к сфере научно-технического прогресса.

Цели, которые ставит перед собой малый бизнес можно представить в целом следующим образом:

- активизация структурных изменений в экономике;
- ликвидация дефицита, увеличение ассортимента продукции, насыщение рынка пользующимися спросом товарами;
- борьба с монополизмом в экономике и создание здоровой конкуренции;
- снижение уровня безработицы, трудоустройство работников;
- значительные налоговые отчисления в местные и федеральные бюджеты.

Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 27 декабря 2009 г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» установлены новые условия отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства.

Так, средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения:

- для средних предприятий — от 101 до 250 чел.;
- для малых предприятий — до 100 чел. включительно.

При этом среди малых предприятий выделяют так называемые микропредприятия со средней численностью работников до 15 чел. включительно.

Под субъектами малого предпринимательства понимают также физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (далее — индивидуальные предприниматели).

В настоящее время вопрос развития сети малых предприятий как один из важнейших включен в программу демонополизации хозяйства страны. Предусмотрено как принудительное, так и инициативное разукрупнение монопольных производств:

- выделение самостоятельных производственно-хозяйственных блоков;
- выделение малых и средних коллективов из состава крупных предприятий;
- создание небольших дочерних предприятий по инициативе крупных предприятий.

Малые предприятия могут учреждаться совместно с государственными, общественными, кооперативными предприятиями, частными лицами, а также организациями других форм собственности.

Малое предприятие имеет следующие особенности:

- его работники составляют одну небольшую команду, объединенную единством целей;
- активно используется взаимозаменяемость и помощь;
- интенсивность деятельности обычно высокая, что вызвано обостренным чувством личной ответственности;
- новые решения руководителя быстро реализуются.

Всю совокупность малых предприятий можно разделить на две группы:

- помощники крупного предприятия;
- самостоятельные, ориентирующиеся на индивидуальные услуги.

Предприятие — помощник крупного завода может, например, изготавливать конкретную деталь или узел, осуществлять при не-

обходимости ремонт оборудования, быть посредником при продаже продукции. Успехи такого малого предприятия зависят от достижений обслуживаемого завода.

Например, у автомобильного завода имеется более 1 000 партнеров — малых предприятий. Повышение прибыли автомобильного завода влечет рост прибыли у партнеров, разорение автомобильного завода приведет к разорению его партнеров. Чтобы снизить экономическую зависимость от конкретной крупной фирмы, малое предприятие стремится к партнерству одновременно с несколькими крупными фирмами. Неудачи одного из партнеров могут быть компенсированы успехами в деятельности с другими партнерами.

Малое предприятие, ориентирующееся на индивидуальные услуги, специализируется в конкретной области деятельности (например, фотография, столовая, булочная, авторемонтная мастерская и т. д.), и его клиентами в основном являются отдельные граждане. Успешность деятельности малого предприятия по оказанию индивидуальных услуг зависит от количества клиентов. Если в булочную не придут покупатели, то она разорится, поэтому ее владелец и работники будут стремиться к повышению качества обслуживания, рекламе, расширению ассортимента товаров. Эти мероприятия способствуют появлению постоянных покупателей и привлечению новых, а в итоге — обеспечивают рост прибыли.

С учетом особенностей работы малые предприятия можно разделить на две группы: традиционные и инновационные.

Традиционные малые предприятия отличаются стабильностью объемов выпускаемой продукции в определенной сфере деятельности. Они производят необходимые виды услуг, без которых человек не может обойтись, выпускают продукцию широкого потребления.

Примером таких предприятий являются небольшие специализированные магазины, мастерские по ремонту бытовой техники, парикмахерские и т. п. Владельцы традиционных малых предприятий ориентируются на небольшие суммы прибыли и сохранение традиций в производстве или обслуживании, а не на стремительное развитие своего предприятия.

Инновационные малые предприятия возникают на основе конкретных научных открытий.

Они часто оказываются «проводниками» нового вида производства, новой продукции. Создавая инновационное предприятие, владелец рискует: если не будет спроса на новые виды товаров, то предприятие разорится и весь вложенный в него капитал пропадет. Но если новое дело станет успешным, то прибыль будет быстро расти и

владелец предприятия превратится из мелкого бизнесмена в крупного предпринимателя.

При учреждении малого предприятия используют одну из перечисленных форм:

- полное товарищество;
- товарищество на вере;
- общество с ограниченной ответственностью;
- общество с дополнительной ответственностью.

Для выпуска определенных товаров и оказания услуг требуется наличие **сертификации**. К сертифицируемым товарам и услугам относятся: автомобили, телерадиоаппаратура, бытовая техника, продукты питания, парфюмерно-косметические средства, посуда, товары для детей, ремонт сложной бытовой техники, ремонт автомобилей и мотоциклов, деятельность предприятий общественного питания, выпуск ваты, бинтов, медицинских приборов и др. Сертификацию проводят специальные организации на основе соответствующих испытаний и лабораторных исследований. Предприятие, сертифицировавшее свою продукцию, обязано также маркировать соответствующим знаком тару, упаковку и товаросопроводительную документацию.

7.2.

СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Развитие малого бизнеса в настоящее время является одной из приоритетных задач отечественной экономики.

Вклад малых предприятий в оздоровление экономики явно недостаточен. Объясняется это как общим спадом производства и разрывом хозяйственных связей, так и тем, что не получила развития государственная поддержка этих предприятий. Однако очевидно, что малые предприятия как неустойчивая предпринимательская структура, наиболее зависимая от колебаний рынка, нуждаются в разносторонней государственной поддержке.

Понимая значимость этого вопроса, Правительство Российской Федерации приняло решение о создании при нем Совета по развитию малого предпринимательства. В соответствии с этим поручено разработать законопроекты и нормативные акты, направленные на совершенствование системы налогообложения для малого бизнеса и реализацию других мер поддержки малого предпринимательства.

Правительственный совет по развитию малого предпринимательства будет координировать работу по развитию малого бизнеса и устранению административных барьеров.

Насущная необходимость такого решения обусловлена тем, что доля малого бизнеса в экономике России по-прежнему составляет около 15—20 %, тогда как для развитых стран этот показатель находится на уровне 60—80 %. В связи с этим поставлена задача увеличения доли российского малого бизнеса к 2020 г. до 40—60 %, соответственно ежегодно для достижения этой цели доля малого бизнеса должна увеличиваться примерно на 5—10 %.

Все это требует от органов государственной власти как федерального, так и регионального уровня, определения перечня задач и разработки стратегии развития предпринимательского потенциала регионов с учетом особенностей ресурсов и их потенциальных возможностей.

В России деятельность малых предприятий сопряжена с различными проблемами, основной из которых является *недостаточная ресурсная база* (как материально-техническая, так и финансовая).

Бизнес в России — дело намного более трудное, чем в Европе или Америке, особенно бизнес, связанный с производством. По расчетам специалистов, в большинстве отраслей России удельные издержки производства на единицу продукции выше, чем в других странах (например, в 2,8 раза выше, чем в Японии, в 2,7 раза выше, чем в США, в 2,3 раза выше, чем в Германии и Италии).

Малым предприятиям необходима инфраструктура, ориентированная на специфику малого бизнеса: банки, биржи, аудиторские и страховые фирмы, информационные центры, коммерческие центры по обеспечению материальными ресурсами и т. д.

Одной из важнейших проблем малого бизнеса в России является кредитование. Кредиты предоставляются только под залог или поручительство, которые не всегда могут предоставить малые предприятия. Союзы малых предприятий, как и специальные фонды, в настоящее время не выступают поручителями по кредитам, получаемым этими предприятиями.

Следует создавать механизмы льготного кредитования, налогообложения, различных преференций, включая и связанные с внешнеэкономической деятельностью.

В настоящее время малый бизнес находится в условиях, очень отдаленных от тех, которые должны быть присущи рыночным отношениям. Отсутствует система проведения глубокого анализа деятельности предприятий малого бизнеса, нет надлежащего учета результатов их работы, практически отсутствует отчетность по тем

показателям, которые дают право этим предприятиям воспользоваться льготами по налогообложению.

Непростая проблема связана и с социальной защитой предпринимательской деятельности, которая практически отсутствует.

Существенно осложняет деятельность малых предприятий отсутствие профессионально подготовленных руководителей (менеджеров), обладающих всеми качествами, необходимыми для работы в современных условиях.

Несмотря на серьезность проблем, связанных с развитием малого бизнеса в России, отечественный малый бизнес имеет серьезные перспективы дальнейшего развития.

Согласно ст. 7 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусмотрены меры по реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в России:

- специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;
- упрощенная система ведения бухгалтерской отчетности для малых предприятий, осуществляющих отдельные виды деятельности;
- упрощенный порядок составления малыми и средними предприятиями статистической отчетности;
- льготный порядок расчетов за приватизированное субъектами малого и среднего предпринимательства государственное и муниципальное имущество;
- обеспечение финансовой поддержки этих субъектов;
- развитие инфраструктуры малого и среднего предпринимательства и др.

В целях развития малого бизнеса и обеспечения государственной поддержки малого предпринимательства правительство Российской Федерации разработало Программу содействия малым предприятиям.

Одним из важнейших элементов государственного содействия развитию малого предпринимательства служит прямая финансовая помощь, осуществляемая посредством льгот и субсидий, предоставляемых малым организациям, а также создание системы государственных заказов (в основном используется в промышленности).

Финансовое обеспечение политики государственной поддержки осуществляет Фонд поддержки малого предпринимательства, созданный по инициативе Правительства Российской Федерации.

Необходимо отметить, что помимо Федерального фонда поддержки существует также Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Деятельность этого фонда направлена исключительно на оказание финансовой поддержки высокоэффективных наукоемких проектов, разрабатываемых малыми предприятиями, способствуя освоению и внедрению новых технологий и ноу-хау с использованием патентов и лицензий, а также созданию малых наукоемких фирм-инкубаторов бизнеса, инновационных, инжиниринговых центров. В отличие от Федерального фонда поддержки малого предпринимательства финансовую помощь данный фонд оказывает только на возвратной основе, с оплатой за использование средств.

Кроме Фондов поддержки малого предпринимательства в России также существуют и другие организационные формы поддержки и защиты интересов малых предприятий. В этих целях созданы ассоциации малых предприятий, Федерация развития и поддержки малого предпринимательства, Всемирная ассамблея мелких и средних предприятий. Однако, как правило, многочисленные фонды поддержки малого предпринимательства озабочены своими собственными проблемами и реальной помощи малым предприятиям не оказывают.

За последние годы были созданы различные негосударственные структуры по поддержке малого бизнеса — это Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса, Российская ассоциация маркетинга, Международный фонд поддержки инновационных предприятий «Инносоюз», Институт малого предпринимательства Высшей школы экономики, Общероссийские общественные объединения предпринимателей и др.

В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации по развитию малого и среднего бизнеса субъектами Российской Федерации разработаны целевые программы, направленные на совершенствование деятельности администраций, улучшение инфраструктуры малого предпринимательства.

Помимо мероприятий финансово-экономического и социального характера, которые составляют основу целевых программ субъектов Российской Федерации, особое внимание везде обращено на административные препоны, стоящие на пути развития малого бизнеса. В частности, это касается как излишнего контроля и над-

зора, так и сложности проведения экспертиз, сертификации, лицензирования.

На региональном уровне государственная поддержка малого предпринимательства осуществляется соответствующими органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления. Например, при правительстве Москвы действует Департамент по развитию и поддержке малого предпринимательства, в котором работают отделы по совершенствованию нормативно-правовой базы предпринимательства, территориальных и межотраслевых связей, инвестиций и городских программ.

Как и на федеральном уровне, мероприятия по поддержке малого предпринимательства в Москве финансируются преимущественно через Московский фонд поддержки малого предпринимательства, который является некоммерческой организацией.

В Москве была принята Комплексная целевая программа развития и поддержки малого предпринимательства на 2007—2010 гг., в соответствии с которой были приняты основные направления развития малого бизнеса:

- формирование благоприятной внешней среды для развития предпринимательства;
- усиление рыночных позиций малого предпринимательства;
- приоритетная поддержка малого предпринимательства в производственной и инновационной сферах, жилищно-коммунальном хозяйстве, сфере бытовых услуг, ремесленничестве и молодежной среде.

В результате выполнения программы количество малых предприятий должно достичь по Москве 225,3 тыс., а налоговые поступления в бюджет города должны увеличиться не менее чем на 14 %.

Малый бизнес решает также одну из наиболее важных социальных задач — формирует средний класс — основу эффективной национальной экономики, который к 2020 г. должен составить в России до 60—70 %.

Правительство пытается либерализовать налоговую систему, снижая налоговое бремя ради развития производства и привлечения инвестиций. Для этого и введен самый низкий в мире единый подоходный налог — всего 13 %, ставка налога на прибыль снижена с 24 до 20 %.

Для вновь созданных предприятий малого бизнеса необходимо широкое применение лизинга и франчайзинга. Если франчайзинговая система завоевывает у нас в стране все больше позиций, то лизинг находится лишь в зачаточном состоянии. Дальнейшему раз-

витию этих форм деятельности среди предприятий малого бизнеса должны содействовать крупные предприятия.

Большая работа предстоит в области подготовки и повышения квалификации предпринимательских кадров. В малый бизнес приходит все больше молодых, энергичных людей. Между тем, по данным социологических опросов, свыше 70 % молодых предпринимателей считают, что им необходимо приобрести специальные знания в области малого бизнеса. Особенно актуальна задача профессиональной подготовки руководителей таких предприятий. В настоящее время в стране функционирует 1 032 тыс. предприятий малого бизнеса. По некоторым оценкам, только от 20 до 30 % их имеют руководителей, обладающих специальным профессиональным образованием, что сдерживает дальнейшее развитие и повышение эффективности малого бизнеса.

В целях облегчения функционирования малого бизнеса Правительством Российской Федерации предложено установить уведомительный порядок открытия малых предприятий, заменить лицензирование отдельных видов деятельности в малом бизнесе обязательным страхованием ответственности, сократить перечень сертифицированной продукции и ввести систему декларирования товаров непосредственно производителями.

Несмотря на серьезность проблем, связанных с развитием малого бизнеса в России, отечественный малый бизнес имеет перспективы дальнейшего развития. Большой оптимизм вселяет повышенное внимание к развитию малого предпринимательства со стороны государства, наметившееся в последнее время.

В решении проблем малого бизнеса большую роль играет общественная организация предпринимателей — Российская торгово-промышленная палата (ТПП РФ).

В 2000 г. у торгово-промышленных палат всего мира был своеобразный юбилей: именно 400 лет назад марсельские купцы объединились и создали торговую палату для защиты своих интересов. Несколько позднее к ним присоединились промышленники. Так был сформирован институт торгово-промышленных палат.

В России первая ТПП появилась достаточно поздно — в 1911 г. Предполагалось, что это будет палата западного образца, и был даже подготовлен соответствующий проект устава. Но войны и революции начала XX в. отложили вопрос о формировании этого института промышленников и предпринимателей на неопределенный срок.

В советское время к этой идее вновь вернулись. Когда молодая Россия пыталась вести торговые отношения с Западом, возникла

проблема: отсутствовал орган, который бы эту деятельность курировал. Поэтому в 1922 г. указом В. И. Ленина в Петрограде была создана торгово-промышленная палата, которая до сих пор является одной из сильнейших палат в России. Спустя несколько лет ТПП начали появляться в союзных республиках и отдельных регионах

В 1999 г. была образована Российская ТПП. Курирование внешнеэкономических отношений перестало быть доминирующей функцией ТПП. На первый план вышло то, чем палаты всего мира занимались изначально, — отстаивание интересов бизнесменов.

Экономическая и политическая обстановка в стране требовала создания нового организационного построения ТПП: нужно было приблизить ее к предпринимателям.

Закон РФ от 7 июля 1993 г. № 5340-1 (ред. от 23 июля 2008 г.) «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» стал важнейшим импульсом для развития торгово-промышленных палат в России. Палаты являются единственными негосударственными некоммерческими организациями, осуществляющими свою деятельность на основании специального закона. Положения закона, определяющие статус и права палат, позволили им занять центральное место во взаимоотношениях с бизнесом. Членами Российской ТПП являются 87 союзов и гильдий, имеющих различные профили деятельности и географию.

Функции (их свыше 100), выполняемые палатами разных стран, одни и те же: выставочная деятельность, информационное обеспечение, сертификация товаров, защита интеллектуальной собственности, размещение государственных заказов и защита интересов предпринимательства и др.

Происходящие изменения в экономике, политике и сфере государственного управления создают реальные предпосылки для консолидации предпринимательства, укрепления взаимодействия бизнеса и власти, повышения роли торгово-промышленных палат и других общественных организаций предпринимателей в процессе выработки и реализации стратегии социально-экономического развития России.

7.3. ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Основное требование, которое выдвигает рынок предпринятию, — работать так, чтобы результатом деятельности был не только выпуск продукции или услуг, но и получение прибыли, т. е. всегда должно быть превышение доходов над расходами, и чем выше это

превышение, тем прибыльнее работает предприятие. Дальнейшее наращивание объемов производства предприятия целесообразно только в условиях гарантированного сбыта продукции.

Управление производством и анализ производственной деятельности опираются на использование различных экономических показателей.

Важнейшей характеристикой производственной деятельности предприятий служит **объем производства** конкретного вида экономического продукта в натуральном выражении (в физических единицах измерения) в течение определенного времени (года, квартала, месяца, недели, суток). Этот показатель называют годовым, квартальным, месячным, недельным, суточным выпуском продукции.

Более универсален показатель **валового гохода** предприятия, представляющий суммарную стоимость конечной продукции, произведенной предприятием за определенный период времени, выраженную в реальных рыночных ценах.

Объем продаж произведенной предприятием продукции принято также именовать **выручкой от продаж**. Валовой доход (реализованную продукцию, выручку) рассчитывают путем умножения продукции в физическом измерении на цену физической единицы при условии, что вся продукция продавалась по одной и той же цене.

Если же цены в процессе производства и продажи продукции менялись, приходится определять выручку от продажи каждой группы товаров, продававшихся по одной и той же цене, и суммировать доходы, полученные в результате продажи каждой из таких групп. Если предприятие производит несколько видов продукции, то валовой доход определяется суммированием выручки от всех продаж.

Выручка предприятия зависит от цены на продукцию (услугу) и объема ее реализации.

В основе любого экономического решения лежит ответ на вопрос: как соотносится то, что предприниматель затрачивает на тот или иной проект (*издержки*), и то, что в результате осуществления проекта он может получить сверх своих затрат (*прибыль*)?

Прибыль — это та часть выручки, которая остается у предприятия после возмещения всех затрат на производство и реализацию продукции (услуг).

В наиболее общем виде прибыль можно рассчитать так:

$$\Pi = В - З,$$

где В — выручка; З — затраты.

Поскольку любое предприятие, кроме основного вида деятельности и получения от нее прибыли, может осуществлять и иные хозяйственные операции, приносящие доход (например, сдавать имущество в аренду, быть в числе собственников других предприятий и получать дивиденды, получать доход от операций с иностранной валютой и ценными бумагами и т. д.), его общая прибыль будет больше (или меньше) той, которая получена от реализации продукции, на величину доходов (или расходов) по операциям, непосредственно не связанным с реализацией продукции основного вида деятельности.

Общая (балансовая) прибыль предприятия за какой-либо период времени (квартал, год) является суммой величин прибыли от различных видов деятельности, к которым относятся:

- реализация основной продукции;
- прочая реализация, т. е. реализация товаров и услуг, которые не являются основной продукцией;
- арендная плата, результаты операций с тарой, металлоломом, разница между полученными и уплаченными суммами штрафов, операции с ценными бумагами (внебалансовые операции).

Для увеличения прибыли необходимо стремиться к росту выручки и снижению производственных затрат, которые можно разделить на явные и неявные.

К явным относят затраты в виде платежей за полученные от внешних поставщиков ресурсы производства, включая оплату труда наемных работников.

Их отражают полностью в бухгалтерском учете предприятия, поэтому называют бухгалтерскими затратами. Статьи бухгалтерских затрат — это статьи затрат, образующих себестоимость продукции. Рассмотрим эти статьи.

I. Материальные затраты — это затраты на материалы, сырье, энергию, покупные комплектующие части к производимому продукту.

Материальные затраты относят на себестоимость продукции, исходя из цен их приобретения, включая наценки, комиссионные вознаграждения снабженческим и внешнеэкономическим организациям, стоимость услуг товарных бирж, таможенные пошлины, оплату за транспортировку, хранение и доставку, осуществляемые сторонними организациями. В стоимость материальных ресурсов включают затраты предприятия на приобретение тары и упаковки.

II. **Затраты на оплату труда** основного и вспомогательного персонала.

III. **Отчисления на социальные нужды**, которые регламентируются законом. Размер этих отчислений устанавливается в процентах от затрат на оплату труда.

IV. **Амортизация** — процесс переноса стоимости основного капитала по мере износа на производимую с его помощью продукцию и использования этой стоимости для последующего воспроизводства основного капитала.

С амортизацией тесно связано понятие **амортизационного фонда**, который определяется как сумма износа основного капитала, предназначенная для обновления основных фондов предприятия.

Рассмотрим конкретный пример.

Срок службы оборудования составляет 8 лет, первоначальная стоимость — 80 тыс. долл. Ежегодно, по мере износа, оборудование утрачивает $\frac{1}{8}$ первоначальной стоимости (10 тыс. долл.), которую переносят на изготовленные товары. К завершению срока службы оборудование полностью утратит стоимость и физически придет в негодность. Однако в амортизационном фонде предприятия будут в наличии средства (в денежной форме), необходимые для замены изношенного основного капитала.

Основной капитал помимо физического износа подвергается так называемому моральному износу.

Моральный износ — утрата основным капиталом части стоимости, которая не переносится на стоимость создаваемого продукта.

Основная причина морального износа — высокие темпы научно-технического прогресса.

Основными методами амортизации, наиболее распространенными в настоящее время, являются метод равномерного прямолинейного списания стоимости и метод ускоренной амортизации.

При использовании **метода равномерного прямолинейного списания стоимости** элементов основного капитала стоимость списывают равными долями в течение всего периода эксплуатации. Например, оборудование, у которого срок службы 10 лет и стоимость 100 тыс. долл., будет списано в течение 10 лет по 10 тыс. долл. ежегодно.

Суть метода ускоренной амортизации состоит в том, что в первые годы эксплуатации новых средств труда на амортизацию списывают часть их стоимости, значительно превышающую ту, которая пропорциональна сроку службы.

При ускоренной амортизации, как и при прямолинейном методе, определяют норму ежегодного списания на весь срок службы основного капитала. Однако если в первый год она относится к полной стоимости основного капитала, то в последующие годы — к остаточной стоимости.

Иногда бывают еще и дополнительные амортизационные льготы, когда в дополнение к предусмотренной норме амортизации предприятие имеет право списывать определенный процент стоимости основного капитала.

V. Прочие затраты — это различные платежи: комиссионные банку за кассовое и банковское обслуживание, проценты банку за кредит, арендная плата и т. д.

Неявные затраты — это затраты, связанные с упущенной выгодой, т. е. доходом, недополученным из-за недостаточно выгодного использования собственных ресурсов.

Если предприниматель считает, что при его ресурсах и возможностях он мог бы получить больший доход, чем он получил фактически, например, из-за неправильного выбора вида продукции, имеющей недостаточный спрос, неправильно установленной цены или нерационально выбранного поставщика, то все эти затраты он воспринимает как неявные. Предприниматель может подсчитать величину неявных издержек, так как знает, где и сколько он потерял. Следствием неявных издержек является недополученная прибыль.

Сумма явных (бухгалтерских) и неявных затрат составляет экономические затраты.

Прибыль также может быть бухгалтерской и экономической.

Бухгалтерская прибыль — это разность между полученной выручкой и бухгалтерскими (явными) затратами.

Именно бухгалтерская прибыль является основой для расчетов с государством и кредиторами.

Экономическая прибыль — это разность между полученной выручкой и экономическими затратами.

Экономическая прибыль всегда меньше бухгалтерской, потому что практически всегда существуют упущенные возможности.

При определении затрат предприятия целесообразно разделить их на постоянные и переменные.

К **постоянным** относят затраты, не зависящие от объемов производства.

Это постоянные расходы ресурсов, не связанные с тем, сколько продукции производит в данный период предприятие: затраты на содержание помещений, оплату штатного управленческого и обслуживающего персонала, амортизационные отчисления, выплата процентов по привлеченным кредитам.

Переменные затраты напрямую связаны с объемом производства, в той или иной степени пропорциональны выпуску продукции.

К переменным затратам относят расходы на материалы, сырье, энергию, полуфабрикаты, комплектующие изделия, заработную плату производственного персонала, начисляемую в зависимости от объема производства (сдельную оплату труда), транспортировку продукции.

Общие затраты производства, представляющие сумму постоянных и переменных затрат, называют **валовыми**, или **совокупными**.

Кроме балансовой прибыли предприятия существует **чистая прибыль**, которая равна балансовой за вычетом налога на прибыль. Чистую прибыль принято также называть прибылью, остающейся в распоряжении предприятия (*остаточной*).

Прибыль, получаемую за счет использования земель в сельскохозяйственном производстве, называют **рентой**.

Для анализа и обобщенной оценки хозяйственной деятельности используют не только прибыль, но и производный от нее показатель — **рентабельность**. Полученная предприятием прибыль (в ее абсолютном выражении) не может быть непосредственно использована для сравнения разных этапов работы предприятия (или сравнения с другими предприятиями) с точки зрения экономической эффективности. Равный доход не является свидетельством одинаково успешной работы, так как возможности (ресурсы) для его получения могут быть совершенно различными. Эта несопоставимость устраняется при использовании показателя рентабельности.

Рентабельность предприятия определяется прибылью, которую оно получает. Существуют следующие показатели рентабельности:

- рентабельность продукции P рассчитывают как отношение валовой прибыли от продажи продукции P_v к себестоимости этой продукции C :

$$P = P_v / C;$$

- рентабельность основных и оборотных средств вычисляются как отношение балансовой прибыли Π_6 к стоимости основных O и оборотных K средств предприятия:

$$P = \Pi_6 / (O + K);$$

- рентабельность инвестиций в предприятие определяют как отношение балансовой прибыли к стоимости всего имущества фирмы — итогу баланса предприятия (И):

$$P = \Pi_6 / И.$$

Ежегодно проводят сравнение данных о рентабельности за текущий и прошедший годы, что позволяет руководству предприятия оценить тенденции развития и принять соответствующие решения.

Для осуществления деятельности предприятия предприниматель не должен забывать два «золотых» правила:

- 1) капитал предприятия должен одновременно находиться в трех формах: денежной, производительной, товарной;
- 2) возможность успешной деятельности предприятия заключена в бесперебойности смены капиталом своих форм.

Капитал — средства производства, которые можно использовать для производства будущих благ, — функционирует в трех формах: денежной, производительной, товарной.

Производительный капитал по способу его оборота, характеру движения делится на основной и оборотный.

Основной капитал — это та часть производительного капитала, которая полностью участвует в процессе производства, но переносит свою стоимость на произведенный продукт по частям по мере износа.

К основному относится капитал, авансируемый на приобретение средств труда — машин, оборудования, производственных зданий и сооружений, транспортных средств.

Оборотный капитал — это та часть производительного капитала, стоимость которой в процессе потребления полностью переносится на продукт и возвращается к предпринимателю в денежной форме в течение каждого кругооборота капитала.

К оборотному капиталу относится капитал, авансируемый на покупку предметов труда (сырья, топлива, полуфабрикатов) и рабочей силы.

В условиях рыночной экономики основой организации предпринимательской деятельности является бизнес-план, в котором оценивают и прогнозируют возможности развития фирмы. В нем отражают все стороны предпринимательской деятельности фирмы от изучения рынка до управления кадрами, подробно обосновывают направления работы, а также определяют способы решения возможных проблем. Бизнес-план помогает заранее определить, стоит ли организовывать дело по производству данного товара или оказанию данной услуги. Если по расчетам проект не принесет никакой прибыли или она будет незначительна, то вкладывать деньги в такой бизнес не имеет смысла.

Бизнес-план — это модель будущей деятельности предпринимателя, которая позволяет грамотно организовать свое дело, заранее продумать возможные проблемы и пути их решения, а также привлечь серьезных партнеров и инвесторов.

Бизнес-план рассчитан на перспективу, составлять его рекомендуется на 3—5 лет. При этом на первый год прогнозируемого периода основные показатели следует разрабатывать по месяцам, на второй — поквартально, а на остальные годы можно ограничиться годовыми показателями.

Бизнес-план составляют в следующих целях:

- разработка концепции ведения бизнеса. Составляя бизнес-план, предприниматель тщательно отработывает стратегию развития своего бизнеса и детально прорабатывает его отдельные этапы, стадии и элементы. Это позволит избежать многих ошибок еще на подготовительном этапе, «на бумаге», что в дальнейшем дает возможность сэкономить и силы, и время, и деньги;
- бизнес-план является инструментом, с помощью которого предприниматель может оценивать фактические результаты деятельности своей компании. Это поможет выявить благоприятные и неблагоприятные отклонения в развитии компании и соответствующим образом скорректировать свои действия;
- составление бизнес-плана является обязательным в случае необходимости привлечения денежных средств. В данной ситуации бизнес-план потребуется как потенциальному

инвестору, который должен точно знать, во что он вкладывает свои деньги и что он может получить взамен, так и непосредственно предпринимателю для того, чтобы точно определить объем необходимых инвестиций и разработать план их наиболее эффективного использования.

Заниматься разработкой бизнес-плана может непосредственно руководитель с задействованием сотрудников предприятия, но, как правило, происходит привлечение независимых экспертов, что значительно повышает уровень обоснования документа.

Бизнес-план представляют в специальном виде с обязательным рассмотрением следующих разделов:

- резюме;
- описание предприятия (организации);
- описание продукции (работы, услуги);
- анализ рынка;
- конкуренция;
- маркетинговый план;
- план производства;
- финансовый план;
- возможный риск и защита от него.

Резюме. Многие кредиторы и инвесторы прежде всего обращают внимание на краткое содержание — резюме — бизнес-плана, размер которого не более двух страниц. Это позволяет сразу увидеть и определить важные особенности и преимущества данного проекта перед другими. Если содержание резюме не заинтересует инвестора, то вряд ли он станет тратить время на дальнейшее изучение бизнес-плана. В этом разделе необходимо рассмотреть все направления, сферы деятельности и цели малого предприятия.

Часто резюме включает главные данные об организации: дату создания и регистрации, форму собственности, контактные телефоны руководства фирмы.

Последняя страница резюме посвящается финансовым результатам, которые планируют при осуществлении проекта в будущем.

Резюме всегда составляют в последнюю очередь, когда весь бизнес-план уже готов.

Описание предприятия (организации). В этом разделе принято говорить об основных направлениях и целях деятельности создаваемого проекта, о сложившейся ситуации в отрасли. Как правило, в этом разделе дают справку по новым видам продукции и достижениям в этой отрасли, описывают новые рынки и потребителей, по-

купательские настроения и способности на этих рынках, социально-политические тенденции и факторы, а также дают оценку их влияния на реализацию данного проекта.

Описание продукции (работы, услуги). Этим разделом начинается основная часть бизнес-плана. Необходимо описать товары и услуги, которые предприятие может предложить будущим потребителям.

При разработке нового товара необходимо учитывать традиционные этапы «жизненного цикла» товара. Любой товар в процессе своего появления и выпуска проходит следующие этапы, которые отличаются только продолжительностью: первый этап — выработка идеи; второй — разработка концепции, экспертиза, консультирование; третий — опытно-конструкторская разработка, создание опытного образца, рекламирование; четвертый — пробный выход на рынок, продажа первой партии, анализ использования продукции; пятый — наращивание выпуска; шестой — насыщение потребности в продукции, падение интереса покупателей, и, наконец, седьмой этап — резкий спад потребления, переход на другой вид продукции.

При разработке товара решаются вопросы, связанные с упаковкой товара и его необходимым сопровождением (гарантийными сроками, послепродажным обслуживанием, доставкой).

Анализ рынка сбыта. В этом разделе необходимо показать существование, наличие рынка для производимых товаров или услуг и доказать возможность продажи своей продукции на данном рынке.

Анализ рынков сбыта проводят при помощи маркетинговых исследований, и он проходит следующие этапы: сегментирование (деление рынка на определенные группы покупателей со схожими потребностями по определенным признакам); отбор и выбор наиболее привлекательных сегментов рынка; оценка емкости сегмента (возможные объемы сбыта продукции); оценка потенциальной суммы продаж, т.е. той доли рынка, которую планируют охватить; оценка реального объема продаж, т.е. сколько составят реальные продажи в конкретных условиях рынка при планируемых затратах на рекламу.

Конкуренция на рынках сбыта. В этом разделе происходит сбор информации о своих конкурентах: степени конкурентоспособности продукции на рынке; рекламных компаниях товаров конкурентов; уровне цен на товары, предлагаемые конкурентами; рыночной стратегии конкурентов.

Особенно важно сделать реальную оценку преимуществ и слабых сторон конкурентов.

Маркетинговый план. В данный раздел бизнес-плана обязательно включают такие элементы, как цели и стратегии маркетинга, политика ценообразования, принципы распространения товаров, способы стимулирования сбыта, организация сервисного обслуживания клиентов, формирование имиджа организации и ее товаров.

Производственный план. Этот раздел разрабатывают только те предприниматели, которые будут заниматься производством товаров. Главная задача этого раздела — доказать потенциальным инвесторам, кредиторам и партнерам, что предприятие сможет производить нужное количество товаров в установленные сроки и соответствующего качества. В этих целях предприниматель должен собрать предварительную производственную информацию: затрачиваемые ресурсы и материалы; фирмы-поставщики; необходимые машины и оборудование; помещения; организация выпуска продукции; контроль производственных процессов.

Финансовый план. Этот план состоит из трех частей. В первой части дают прогноз доходов и расходов по основным их элементам на весь период реализации проекта. Приводят стоимостные оценки выручки, себестоимости, прибыли, основные статьи затрат предприятия. Во второй части финансового плана приводят прогноз состояния банковского счета предприятия (доходы и расходы могут не совпадать по времени, а проявляется это в состоянии банковского счета). Третья часть — это баланс активов и пассивов на конец года, т. е. балансовый план. Он покажет предполагаемые изменения финансового состояния предприятия после реализации рассматриваемого проекта.

Возможный риск и защита от него. Каждое новое хозяйственное решение неизбежно сталкивается на своем пути с определенными трудностями. Для руководителя важно уметь предвидеть эти трудности и заранее выработать меры по их преодолению. Источниками помех могут быть конкуренты, собственные ошибки, партнеры. «Опасность» может представлять и технический прогресс, который способен быстро «состарить» любую новинку. Если предприниматель знает возможные помехи, его предприятие, как корабль, будет успешно обходить все мели и преграды в коммерческой деятельности. Даже наилучший бизнес-план может устареть, если изменяются условия. Предприниматель должен своевременно вносить соответствующие коррективы в бизнес-план с учетом происходящих изменений.

Каждый предприниматель должен иметь таблицу видов риска с указанием способов уменьшения их негативных последствий. В целях защиты от риска разорения предприниматель должен заниматься самострахованием и страхованием через страховые компании.

Самострахование — это покрытие убытков из заранее созданного страхового фонда. Чем выше риск, тем большим должен быть этот фонд.

Для страхования крупных дел или рисков прибегают к помощи страховых компаний. Договор со страховой компанией может также выступать гарантией для контрагента, например банка.

Страхование субъектов малого предпринимательства осуществляется на льготных условиях. При этом страховые организации, осуществляющие страхование малого предпринимательства, пользуются государственными льготами и финансовой поддержкой со стороны фондов поддержки малого предпринимательства.

При разработке бизнес-плана крайне важно определить тот момент в деятельности предприятия, когда оно начинает работать прибыльно, т. е. определить **точку безубыточности** производства товаров:

$$T = Z_{\text{пост}} / (Ц - Z_{\text{пер}}),$$

где T — количество произведенных товаров, при котором возможно достижение безубыточного производства (точки безубыточности); $Z_{\text{пост}}$ — сумма условно-постоянных затрат, необходимых для организации производственной деятельности; $Z_{\text{пер}}$ — сумма условно-переменных затрат, необходимых для изготовления единицы товара (оказания одной услуги); $Ц$ — цена за единицу товара (услуги).

Условно-постоянные затраты включают в себя: ранее полученные и запрашиваемые заявкой кредиты и ежегодные выплаты процентов по ним; накладные расходы в целом по предприятию; амортизационные отчисления по оборудованию; оплату труда управленческого персонала предприятия.

Условно-переменные затраты — это накладные расходы, изменяющиеся пропорционально изменению объема выпуска продукции, а также затраты на материалы, сырье, комплектующие изделия, тепло- и электроэнергию, используемую в производственных процессах; оплату труда основного производственного персонала.

7.5. ФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ДРУГИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Для вновь создаваемых малых предприятий необходимо широкое применение франчайзинга и лизинга. Если франчайзинговая система завоевывает у нас в стране все больше позиций, то лизинг

находится лишь в зачаточном состоянии. Дальнейшему развитию этих форм деятельности среди предприятий малого бизнеса должны содействовать крупные предприятия.

Франчайзинг — это система взаимовыгодных партнерских отношений предприятий крупного и малого бизнеса, объединяющая элементы аренды, купли-продажи, подряда, представительства, но в целом остающаяся самостоятельной формой договорных отношений хозяйствующих субъектов, имеющих статус юридического лица.

Франчайзинг реализуется на основе договора, заключаемого между крупным предприятием — франчайзером и мелким — франчайзи (оператором). Франчайзер (обычно крупная родительская компания) обязуется снабжать франчайзи (мелкую фирму), действующую в рамках оговоренной территории, своими товарами, рекламными услугами, отработанными технологиями бизнеса. За это франчайзи обязуется предоставить франчайзеру услуги в области менеджмента и маркетинга с учетом местных условий, а также инвестировать в эту компанию какую-то часть своего капитала. Франчайзи обязуется иметь деловые контакты исключительно с компанией-франчайзером, а также вести бизнес в соответствии с ее предписаниями.

Почти всегда франчайзи выплачивает единовременный взнос за право пользования на рынке именем и торговой маркой франчайзера. Кроме этого взноса франчайзи и его капиталовложений в основные фонды, франчайзер может назначить регулярную плату за рекламу торговой марки, используемую оператором. Плату, как правило, устанавливают в пределах 1—5 % выручки. Франчайзер устанавливает также размер отчислений от объема текущих продаж франчайзи, составляющий в среднем 2—3 %, но бывает и значительно выше. Франчайзер сохраняет контроль за деятельностью франчайзи в течение периода действия франчайзингового соглашения, чтобы коммерческое предприятие, носящее его имя, соответствовало установленным стандартам. Перед тем как передать свою торговую марку, франчайзер обязательно оценивает потенциальные возможности бизнеса франчайзи с тем, чтобы он не подорвал авторитет франчайзера, не нанес ему моральный и материальный ущерб.

Основное преимущество франчайзинга заключается в четкой специализации вступивших в соглашение предприятий. Поддержка крупной фирмы с устойчивым бизнесом снижает для франчайзи

коммерческий риск. Головная компания обеспечивает обучение и постоянный контроль за работой предприятий-франчайзи.

Вместе с тем система имеет и определенные недостатки. Главные из них — частичная потеря самостоятельности. Предприятие-франчайзи связано с головной фирмой юридическим соглашением и вынуждено действовать в соответствии с ее правилами и положениями, придерживаться методов ведения бизнеса, изложенных в инструкции компании-франчайзера, что сдерживает соответственно его инициативу и возможность маневра.

Появление франчайзинга относят к началу XIX в., когда действовала система «связанных домов», используемая британскими пивоварами. В 1860 г. по схеме, очень близкой к франчайзингу, работала фабрика «Singer», специализировавшаяся на производстве швейных машин. Разработанная в 1886 г. формула напитка «Coca-Cola» и ее продажа в 1900 г. привела к мощному толчку в развитии франчайзинга; система стала стремительно распространяться под известной всем и в настоящее время маркой «Coca-Cola».

Наибольшего успеха в развитии франчайзинга удалось достичь в 1950-х гг. братьям МакДоналдам. В настоящее время франчайзинговая система «McDonalds» насчитывает более 14 тыс. предприятий в развитых странах мира.

Франчайзинг получил развитие более чем в 70 отраслях народного хозяйства. Он широко распространен в зарубежной практике как наиболее прогрессивная форма ведения бизнеса. В России франчайзинг получил развитие с приходом на рынок таких крупных компаний, как «Pizza Hut», «Kodak», «Coca-Cola» и др. Наиболее распространенная и успешно действующая франчайзинговая система в России — фирма «1С» (разработка и обслуживание бухгалтерских программ). Непосредственно фирма продает лишь 5 % своего продукта, остальную его часть распространяет через 800 фирм-операторов по всей России.

Наиболее широкое распространение в России франчайзинговая система получила в отрасли быстрого питания. Московский рынок быстрого питания почти на $\frac{1}{3}$ заполнен иностранными франчайзинговыми фирмами. Речь идет о франчайзинговой сети кафе-мороженых «Baskin-Robbins» и российско-канадском предприятии «Москва-Макдональдс». По данным этой фирмы, ею инвестировано в «Маккомплекс» 45 млн долл. Система «Маккомплекс» — это современный пищеперерабатывающий и распределительный центр, в котором работают мясная и молочная линии, пекарня, отдел контроля качества. Свыше 75 % необходимого сырья и продукции закупается более чем у 100 российских поставщиков.

Активно используя методы франчайзинга, быстро расширяется сеть ресторанов «Ростик-С». В последние годы в России широко применяется франчайзинг сеть универсамов экономкласса, в частности региональная программа сети универсамов «Пятерочка» продвигает в регионы высокодоходный интеллектуальный продукт, включающий комплекс современных технологий. Мощную систему информатизации, отношения с более чем 500 поставщиками, а также услуги по подготовке управляющих и специалистов для сбытовой сети.

В зависимости от направления деятельности малое предприятие использует одну из четырех форм франчайзинга.

1. **Франчайзинг товара** представляет собой продажу товаров, производимых франчайзером и каким-либо образом маркированных его товарным знаком.

Франчайзи, как правило, осуществляет послепродажное их обслуживание. Примером товарного франчайзинга в России является компания «Le Monte».

2. **Производственный франчайзинг** — это наиболее эффективная организация производства определенного вида продукции. Фирма, обладающая секретом производства сырья и запатентованной технологией изготовления готового продукта, осуществляет обеспечение конечного производителя сырьем и передает права на использование этой технологии.

Наиболее ярким представителем, использующим систему производственного франчайзинга, является компания «Coca-Cola». Централизованное производство безалкогольных напитков не выгодно в связи с удаленностью от потребителей и большими неоправданными затратами. Поэтому компания обеспечивает конечных производителей специальным концентратом и предоставляет право на использование технологии. Предметом продажи является рецепт производства и хорошо зарекомендовавшая себя торговая марка.

3. Сферой применения **сервисного франчайзинга** являются услуги. Сущность заключается в том, что франчайзи предоставляется право заниматься определенным видом деятельности под торговой маркой франчайзера.

Известная всем франчайзинговая система «McDonalds» наряду с товарным знаком, технологией приготовления бутербродов и других блюд имеет свои стандарты внутреннего и внешнего дизайна помещений, фирменного стиля во всех элементах организации приготовления блюд и обслуживания клиентов.

Активно работает на российском рынке компания «Kodak». Франчайзинг применим практически во всех направлениях сферы

услуг. Все активнее выходят на российский рынок зарубежные сервисные компании с предложением покупки **франшизы**, т. е. полного пакета прав, технологий, оборудования, услуг и т. д.

На российском рынке сервисный франчайзинг активно развивается в туристическом бизнесе, в области недвижимости, трудоустройства и образовательной деятельности.

4. В настоящее время доминирующую роль в экономике играет корпоративная форма франчайзинга — **бизнес-формат**. Помимо использования торговой марки, продукции и услуг она предусматривает подключение франчайзи к полному циклу хозяйственной деятельности головной компании. Предприятия-франчайзи действуют в соответствии со стратегией корпорации и полностью отвечают за экономические результаты своей работы. Франчайзер оказывает предприятиям-франчайзи необходимую помощь, определенные консультационные услуги, поскольку его прибыль напрямую зависит от их эффективной работы.

Бизнес-формат чаще всего используют при организации предприятий быстрого питания, отелей, розничной торговли промышленными товарами, в сфере обслуживания. На эту форму франчайзинга приходится основная часть заключенных договоров. Многие мелкие предприниматели при организации собственного дела используют бизнес-формат. Поскольку франчайзинг достаточно новое явление для российской хозяйственной практики, разработке системы франчайзинга должно быть уделено пристальное внимание.

Первое, что необходимо сделать потенциальному франчайзеру, — это оценить уровень своей репутации. Низкий уровень репутации не может быть привлекателен для франчайзи, и, следовательно, говорить о системе франчайзинга бессмысленно.

Под **деловой репутацией** понимают общественную оценку предпринимательских качеств субъекта.

Понятие о репутации в России значительно отличается от понятий о репутации в мировой экономике. В российской практике составления рейтингов предприятий во внимание принимают следующие факторы:

- квалификация руководства;
- успехи на внутреннем и внешнем рынках;
- финансовые успехи;
- лидерство в своей отрасли;
- успехи в привлечении инвестиций;
- хорошо распознаваемый имидж;
- успехи в продвижении своей торговой марки;
- умение наладить контакты с общественностью.

Деловая репутация обладает стоимостью, которая согласно экономической терминологии носит название «гудвилл» и представляет собой превышение рыночной цены предприятия над балансовой стоимостью всех его активов. Гудвилл учитывается как особый вид нематериальных активов.

Потенциальный франчайзер должен быть заинтересован в создании долгосрочного предпочтения к себе со стороны партнеров, инвесторов, государства и потребителей, а также к тем товарам (услугам), которые он производит (оказывает). Процесс создания этого предпочтения носит название **брендинг**.

Бренд — это технология раскручивания имиджа товара и фирмы. Бренд определяет те качественные характеристики товара (услуги), которые позитивно воздействуют на потребителя и формируют у него желание приобрести конкретный товар (услугу) у конкретного производителя (торговца). Следует отметить, что бренд имеет более широкое значение, чем **товарная марка**.

Товарная марка — это обозначение, способное отличать товары и услуги одних юридических и физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических и физических лиц.

Престижные товарные знаки имеют высокую рыночную стоимость. Например, стоимость товарного знака такой фирмы, как «Coca-Cola», оценивается в сумму около 36 млрд долл.

Большинство лидеров современного франчайзинга сформировалось после 1975 г. По мере роста этих компаний и достижения ими зрелости устанавливаются формы и методы управления, формируется корпоративная культура, отличающаяся от других систем. Международная ассоциация франчайзинга (МАФ) разработала перспективы развития франчайзинга, которые создают предпосылки для стремительного роста франшизных систем в начале XXI в.

Лизинг является одной из форм привлечения капитала в целях расширения производства, его перевооружения, освоения новой техники и технологий. Под лизингом понимают вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, указанных в договоре, с правом выкупа имущества лизингополучателем. Российские лизинговые компании начали образовываться с середины 1990 г.

В октябре 1994 г. была создана Российская ассоциация лизинговых компаний «Рослизинг», основной задачей которой является за-

щита интересов лизинговых компаний, пропаганда лизинга, развитие и укрепление корпоративных связей.

Различают три основных вида лизинга: финансовый, возвратный и оперативный.

Финансовый лизинг характеризуется длительным сроком контракта (от 5 до 10 лет) и амортизацией всей или большей части стоимости оборудования. Фактически финансовый лизинг представляет собой форму долгосрочного кредитования покупки. По истечении срока действия финансового лизингового контракта арендатор может вернуть объект аренды, продлить соглашение или заключить новое, а также купить объект лизинга по остаточной стоимости (обычно она бывает чисто символической).

Предметом этого вида лизинга бывают, как правило, специализированное оборудование, некоторые виды строительной техники и т.д.

Возвратный лизинг заключается в продаже собственником (промышленным предприятием) оборудования лизинговой компании с одновременным заключением договора лизинга на это оборудование в качестве пользователя. В такой операции только два участника: арендатор имущества (бывший владелец) и лизинговая компания (новый владелец).

В результате первоначальный собственник получает от лизинговой компании полную стоимость оборудования, сохраняет за собой право владения и периодически платит за пользование оборудованием. Подобная сделка позволяет предприятию получить денежные средства за счет продажи оборудования, не прекращая его эксплуатацию, и использовать их для новых капитальных вложений.

Оперативный лизинг — подразумевает передачу в пользование имущества многоразового использования на короткий и средний срок, как правило, короче экономического срока службы имущества (амортизационного периода).

После истечения срока оборудования может стать объектом нового лизингового контракта или возвращается арендодателю. Обычно в оперативный лизинг сдают строительную технику (краны, экскаваторы и т.д.), транспорт, ЭВМ и т.д. Довольно часто лизинговая компания берет на себя техническое обслуживание объекта лизинга, т.е. она осуществляет сервисный лизинг.

Лизинг позволяет вести предпринимательскую деятельность с меньшими затратами денежных средств. Он дает возможность снизить налог на прибыль, поскольку лизинговые платежи можно включать в себестоимость.

Кроме того, малые предприятия имеют право на ускоренную амортизацию, что в условиях лизинга позволяет уменьшить налоги на имущество. Однако предприниматели должны учитывать, что финансовый лизинг будет целесообразным только при соизмеримости его срока со сроком амортизации оборудования. Если срок лизингового договора короче срока амортизации, то прямой банковский кредит более предпочтителен.

Венчурный бизнес — один из видов сотрудничества малых предприятий с крупными фирмами. Английское слово «венчур» означает риск, и следовательно, венчурный бизнес — это «рисковый бизнес». Он зародился в США и начал развиваться в конце 1970-х гг.

Существует несколько десятков форм рискового бизнеса, и его специфика определяется прежде всего специализацией рискового бизнесмена в какой-нибудь определенной сфере деятельности. Обобщив все известные формы, специфику рискового мелкого бизнеса можно определить следующим образом: учредители малого предприятия имеют очень интересную, заманчивую идею, осуществление которой позволит получать значительные прибыли, но предприятие не располагает средствами для ее реализации. В этом случае его учредители находят какое-либо юридическое или физическое лицо, обладающее необходимыми средствами, которые можно вложить в этот проект.

Очень важно заинтересовать венчурного капиталиста и убедить в том, что он имеет дело с надежным партнером, и что отдача от его инвестиций будет достаточно высокой.

Преимущество рискового бизнеса состоит в том, что он базируется на энтузиастах-изобретателях. Эти люди, одержимые принципиально новыми техническими решениями, как правило, обращаются в венчурные фонды при появлении опытного образца будущей серийной продукции. Если они не располагают необходимым для полного завершения работы капиталом, то обращаются к третьим лицам, которые при соответствующей серьезной научной и коммерческой экспертизе предлагаемого разработчиками изделия готовы рискнуть крупными денежными средствами для получения высокой прибыли.

Под эти деньги разработчикам предлагается резко ускорить доведение изделия до промышленного образца. Обычно при рисковом финансировании на это уходит не более девяти месяцев вместо двух лет.

Энтузиазм новаторов и готовность бизнеса ради их идей рискнуть капиталом дают зачастую поразительные результаты. Только в США ежегодно образуется примерно 50 тыс. рисковых фирм, по-

ловина из которых в течение года готова представить потребителям новые товары и услуги.

Кроме того, преимущество венчурного бизнеса — в его полной самостоятельности, позволяющей фирме свободно менять схему работы в зависимости от обстоятельств. Еще одним преимуществом рискованного предпринимательства является раскрытие богатейших возможностей **антрепренерства**, т.е. инновационной деятельности человека, обеспечивающей получение им прибыли за счет умелого руководства на всех участках функционирования созданной фирмы: от исследований до производства и сбыта продукции.

Классическим примером антрепренерства в США является дело основателей электронной фирмы «Hewlett-Packard».

Этот пример стал хрестоматийным для рискованного бизнеса и антрепренерства. Накануне Второй мировой войны один из вице-президентов Станфордского университета (США, Калифорния), в настоящее время являющегося одним из крупнейших и престижных учебных заведений Америки, — Ф. Герман обратил внимание на двух талантливых студентов-изобретателей и посоветовал заняться производством осциллографов, изобретенных ими. Он даже вошел в общее дело, предоставив перспективным студентам в качестве первоначального капитала 538 долл. Впоследствии эти студенты — Уильям Хьюлетт и Дэвид Паккард — создали корпорацию, занимающую 49-е место в списке 500 крупнейших корпораций США. Почти 70 тыс. чел. выпускают в настоящее время широко известные в мире компьютеры фирмы Hewlett-Packard, а основатели фирмы входят в число богатейших людей планеты.

Одним из феноменов венчурного бизнеса, как и всего мелкого предпринимательства, является стремление к конкурентной борьбе.

Начинающие антрепренеры, проявляя потрясающую мобильность в реализации задуманного, порой ставят в тупик крупные фирмы с большим стажем работы.

Свидетельством этого может служить практика мелких венчурных фирм, возглавляемых «агрессивными» и уверенными в себе антрепренерами, так называемого кустового развития в определенных местах.

Суть данной модели размещения бизнеса и борьбы за свою долю на рынке чрезвычайно проста, но очень рациональна, а значит, и эффективна.

Антрепренеры, занимающиеся бизнесом в сфере кредитных учреждений, продажи автомобилей, одежды, организации рестора-

нов, бытового обслуживания, группируют свой бизнес в определенных районах, по соседству с конкурентами, создавая «кусты».

«Кустовое» развитие бизнеса мелкого предпринимателя-антрепренера выгодно прежде всего потому, что в районах «гнездования» однотипных фирм легче найти необходимую рабочую силу. Нужные работники знают, где они скорее всего найдут работу. Далее, при такой системе легче организовать поставки продукции для своего предприятия — всё и в одном месте; не сбросить со счетов и такой факт, как наблюдение за конкурентами, перенимание их опыта (потому что они рядом). Главное, что подобный «куст» мелкого бизнеса, запечатленный на туристских и других картах, внедряется в сознание потенциальных потребителей. А ведь для розничной и обслуживающей сферы знание клиентами ее местоположения — главное условие успеха.

Таким образом, взаимосвязи малого и большого бизнеса позволяют повысить устойчивость малых предприятий и снизить риски в их работе, выйти с помощью крупного предприятия из экстремальной ситуации. Все это подчеркивает необходимость развития взаимосвязей между малыми и большими предприятиями в России с использованием опыта зарубежных стран.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАНИЯ

1. Укажите, что из нижеследующего относится к постоянным и к переменным издержкам:

- а) сырье и материалы;
- б) амортизация станков и оборудования;
- в) заработная плата специалистов и служащих;
- г) плата за аренду склада;
- д) отопление и освещение цехов и заводоуправления;
- е) топливо и энергия для технологических целей.

2. Найдите источники и составьте таблицы, характеризующие динамику количественного роста малого предпринимательства в Москве.

3. Опишите собственную предпринимательскую идею и свой предпринимательский замысел.

4. Подготовьте доклад на тему «Франчайзинг в России», используя публикации деловой прессы и Интернет.

ЗАДАЧА

На строительство производственного цеха фирма авансировала 120 млн долл., на приобретение оборудования — 80 млн долл., закупку сырья и материалов — 30 млн долл., топливо — 7 млн долл., наем рабочей силы — 45 млн долл.

Определите стоимость основного и оборотного капитала.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Охарактеризуйте роль малых предприятий в формировании рыночной экономики.
2. В чем состоят преимущества малого предпринимательства?
3. Назовите формы государственной поддержки малых предприятий.
4. Перечислите проблемы малого бизнеса в России и укажите пути их преодоления.
5. Из каких элементов складываются производственные затраты малого предприятия?
6. Объясните суть понятия «упущенная прибыль».
7. В чем заключается отличие экономических затрат от бухгалтерских?
8. В чем состоит различие бухгалтерской прибыли и экономической?
9. Объясните суть понятий «основной капитал» и «оборотный капитал».
10. Назовите существующие методы амортизации.
11. Почему малым предприятиям выгодна ускоренная амортизация?
12. Назовите виды лизинга и опишите их использование в различных сферах деятельности.

ФИНАНСЫ И РАСЧЕТЫ В БИЗНЕСЕ

Изучив эту главу, вы сможете:

- узнать, что такое финансы и финансирование в бизнесе;
- назвать внутренние и внешние источники финансирования;
- объяснить, для чего служат банки и какие виды банков существуют в рыночной экономике;
- описать систему кредитования предпринимательской деятельности;
- рассказать об основных формах расчетов в бизнесе и об организации бухгалтерского учета на малых предприятиях;
- узнать об упрощенной системе налогообложения;
- определить наиболее важные показатели финансового состояния фирмы.

8.1. ФИНАНСЫ И ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА

В экономической теории и практике распространено обобщающее понятие «денежные средства», которое объединяет наличные и безналичные деньги, денежные чеки, а также различные виды ценных бумаг. Денежные средства, а также отношения, возникающие в связи с хранением, накоплением, передачей, распределением, обменом, предоставлением в долг денежных средств, превращением их из одной формы в другую, обозначают термином «финансы».

Финансовая система включает все виды денежных средств, операции с их использованием, правила обращения денежных средств, денежные отношения между людьми, предприятиями, организациями, государством, а также органы, осуществляющие операции с денежными средствами и управляющие ими, образуют.

Из предыдущих глав известно, что деньги могут быть наличными, представленными в виде натуральных денежных знаков, и без-

наличными — в виде документов, дающих право на получение денег или заменяющих деньги. Безналичными являются деньги на счетах, сберегательных книжках, в чеках, в виде денежных аккредитивов, по которым деньги можно получить в сберегательном банке.

Ценные бумаги — особый вид денежных средств в форме финансовых инструментов: документы, обладающие стоимостью, возможностью превращения в деньги. Их принципиальное отличие от денег состоит в том, что они не обладают возможностью непосредственного использования в качестве денег и прямого обмена на строго определенную сумму денег, соответствующую их номинальной стоимости, обычно фиксируемой на ценной бумаге.

Ценные бумаги — это обязательство того, кто их выпустил по отношению к тому, кто их приобрел. Суть обязательства заключается, как правило, либо в возможности последующего возврата ценных бумаг с выплатой денег владельцу, либо в выплате владельцу ценных бумаг дохода, процента, либо в том и другом.

К ценным бумагам относятся: государственные облигации, облигации акционерных обществ, векселя, депозитный и сберегательный сертификаты, банковские сберегательные книжки на предъявителя, акции, приватизационные ценные бумаги.

Существуют долевые и долговые ценные бумаги.

Долевые ценные бумаги подтверждают участие их владельцев в капитале акционерного общества и дают им право на часть прибыли общества (например, акция).

Долговые ценные бумаги подтверждают факт ссуды денежных средств акционерным обществам и дают право держателям этих бумаг на участие в прибыли заемщика особо оговоренным способом (например, облигация).

Ценные бумаги выпускает и продает эмитент — лицо (юридическое или физическое), рассчитывающее на получение за них определенных денежных средств и несущее от своего имени обязательства по ценным бумагам. Эмитентом может быть государство, и тогда его ценные бумаги приобретают статус государственных ценных бумаг.

В нашей стране выпущены следующие виды ценных бумаг:

- государственные краткосрочные облигации (ГКО);
- казначейские обязательства;
- облигации федерального займа (ОФЗ);

- облигации государственного сберегательного займа (ОГСЗ);
- облигации внутреннего валютного займа (ОВВЗ).

Стоимость, обозначенную на ценной бумаге, называют **номинальной ценой**, или **нарицательной стоимостью**. Цены, по которым бумаги продаются на рынках, называют **реальными**, или **рыночными**. Обычно по номинальной стоимости ценные бумаги продаются на первичных рынках эмитентами бумаг. Затем в процессе перепродаж на вторичных рынках ценных бумаг формируются рыночные цены.

Ценные бумаги представляют своеобразный товар, который продается и покупается на рынке ценных бумаг, называемом также фондовым рынком.

Важной частью рынка ценных бумаг являются **фондовые биржи**, которые являются основными местами проведения торговли ценными бумагами при соблюдении биржевых правил и инструкций.

Сделки на бирже могут заключать только ее члены, а остальные желающие заключают биржевые сделки через брокера.

Кроме биржевого рынка ценных бумаг существует **внебиржевой рынок ценных бумаг**, который представлен как организованным, так и неорганизованным рынком. Организованный внебиржевой рынок почти не отличается от биржевого и представляет собой автоматическую коммуникационную сеть, которая объединяет дилеров или маркет-мейкеров, выставивших котировки, с брокерами и трейдерами, осуществляющими покупку или продажу ценных бумаг по данным котировкам. Неорганизованный вторичный рынок ценных бумаг в современных условиях встречается редко и представляет собой торговлю «через прилавок», т. е. продажу или покупку ценных бумаг в банках и других финансовых институтах, имеющих право на осуществление данной деятельности.

Денежные средства в виде наличных и безналичных денег, а также ценные бумаги непрерывно перемещаются, переходят от одних лиц к другим. Переток денежных средств происходит между тремя главными участниками финансовых отношений, которыми являются государство, предприятия и предприниматели, население (домашние хозяйства).

Государственные органы распоряжаются государственными денежными ресурсами, взимают платежи и налоги, формируют государственный федеральный, государственные региональные и муниципальные бюджеты.

Предприятия и предприниматели получают денежные средства от государства или от потребителей (покупателей) их продукции и расходуют их на приобретение факторов производства, оплату издержек и расходов, уплату налогов и осуществление других платежей, на накопления.

Население получает деньги от государства, предприятий и предпринимателей в виде заработной платы, пенсий, стипендий, пособий и других доходов и расходует их на собственные нужды, накопления и ведение домашнего хозяйства. Государство, предприятия и люди используют финансы, чтобы регулировать экономику и экономические отношения, придавать им желаемую направленность.

Кроме рассмотренных главных участников финансовых отношений существуют еще зарубежные партнеры. Финансовые отношения предприятий с зарубежными партнерами возникают в процессе их внешнеэкономической деятельности, формирования внешних связей, создания совместных предприятий, использования иностранных инвестиций (капиталовложений).

Все участники финансовых отношений стремятся к накоплению денег в наличной или безналичной формах, денежных средств в виде ценных бумаг и в иностранной валюте. Все это образует источник богатства и крайне необходимый резервный фонд. Если денежные потоки между участниками финансовых отношений не равны друг другу, то возникают денежные долги. Обычно государство выдает больше денег, чем получает, в результате образуется дефицит государственного бюджета и внутренний государственный долг предприятиям, банкам, населению. Может возникнуть и внешний государственный долг другим странам.

Финансовый кризис последних лет резко изменил ситуацию не только в отечественной, но и в мировой экономике. Во избежание новых потрясений в сфере экономики государственные структуры разработали антикризисную стратегию, которая поможет преодолеть последствия этого кризиса. Привлечение инвестиций в нашу страну стало одним из важнейших направлений антикризисной программы.

Главным инвестором в любой стране является население. Конечно, внешний инвестор может дать деньги на развитие производства, но смысл этому производству и любым инвестициям придает только покупатель и потребитель.

Неуклонный рост благосостояния населения служит гарантией, под которую внешние инвесторы будут осуществлять инвестиции.

Банк — это финансовое учреждение, которое аккумулирует и хранит денежные средства, проводит денежные операции и расчеты, контролирует движение денежных средств, предоставляет кредиты, выпускает в обращение деньги и ценные бумаги.

Совокупность различных видов банков страны образует банковскую систему, которая должна обеспечить экономику необходимым количеством денег.

От того, насколько точно объем и структура денежного предложения соответствует объему и структуре спроса на деньги, зависит успех макроэкономической политики, направленной на обеспечение стабильного роста.

В России банковская система пока формируется. Она не обладает столь весомым финансовым потенциалом, как в ведущих развитых странах, где объемы кредита превышают размеры ВВП. Вместе с тем через деятельность банковской сферы реализуется государственная денежно-кредитная политика. Поэтому от эффективности функционирования банковской системы России в значительной степени зависит скорость перехода к полноценным рыночным отношениям во всех сферах экономической жизни страны, возможность ее устойчивого развития.

Слово «банк» происходит от итальянского слова «banco», что означало скамью, стоявшую в конторе менялы, проводившего денежные операции в виде обмена одних денег на другие или их размена.

Банковская деятельность берет свое начало с **ростовщичества**, которое возникло еще в Древней Греции. Вначале оно существовало в натуральной форме, ссуды выдавали и возвращали скотом, зерном. Затем появились денежные ссуды, которые начали выдавать под проценты.

Ростовщичество повсюду сурово порицалось и преследовалось, но по мере развития торговли ростовщиков становилось все больше. Постепенно кредит, банковское дело приобрели узаконенные формы и начали распространяться во всем мире.

В конце XVII в. возникают первые акционерные банки. Так, в 1694 г. был основан на акционерных началах Английский банк, в 1695 г. — банк Шотландии.

В начале XX в. экономика России особенно нуждалась во внутренних накоплениях. Аккумулированием средств населения занимались многие кредитные учреждения. Центральным звеном всей системы выступал Государственный банк России — «банк банков». Часть своих средств он передавал частным — коммерческим банкам. В канун Первой мировой войны в России действовало около 50 таких банков, а вместе с отделениями — около 800.

Банки старались выделиться из городской среды. Одним из любимых ими мест было «московское сити», как часто называли квартал в Москве между улицами Варварка и Никольская. Там, в частности, располагалась резиденция Московского купеческого общества взаимного кредита. В здании старого Гостиного двора находился Московский учетный банк, а на Биржевой площади — акционерный коммерческий Московский банк. Другим местом сосредоточения кредитных учреждений был Кузнецкий мост. Здесь размещались банки, принадлежащие в основном иностранцам: банкирские конторы братьев Джамгаровых, немецких финансистов Юнкеров и т.д. Существовала и «фирменная» банковская архитектура. Например, здание Московского международного торгового банка на Кузнецком мосту (в настоящее время там располагается Мосбизнесбанк) своими контурами напоминает старинный комод-копилку — один из символов накопления.

Обычно кредитные учреждения создавались на средства представителей тех или иных сословий — дворян, купцов и др. Коммерческие банки предпочитали иметь дело с крупными клиентами — владельцами заводов, фабрик, больших магазинов. Предприниматели средней руки чаще прибегали к услугам обществ взаимного кредита, где клиент обязывался не только брать деньги в долг, но и быть вкладчиком. В городах функционировали городские (муниципальные) банки, выдававшие ссуды под векселя и недвижимость. В городах и селах действовали сберегательные и кредитные товарищества, а также сберегательные кассы, которые принимали вклады и предоставляли клиентам ссуды. В области ипотечного кредита Дворянский и Крестьянский банки, а также частные ипотечные учреждения выдавали ссуды под залог имений.

Служить в банке считалось делом престижным и достаточно выгодным. В качестве поощрения за успешную работу персонал — бухгалтеры, кассиры, контролеры, счетоводы, рассыльные — два раза в год, на Пасху и Рождество, получали наградные.

Каковы же механизм и функции банковского бизнеса?

Смысл банковского дела заключается в извлечении дохода от распоряжения чужими денежными средствами. Механизм бан-

ковского бизнеса построен на привлечении максимального числа вкладчиков с дифференцированной (по размеру вклада) платой за предоставление ими банку права временного пользования их денежными средствами, передаче (за еще большую плату) во временное пользование привлеченных денежных средств тем, кто нуждается в них; получении дохода («маржа»), возникающего как разница между платой заемщика банку и платой банка вкладчикам.

Банковская система развитой рыночной инфраструктуры включает в себя центральные (эмиссионные), государственные, коммерческие (депозитные), инвестиционные, сберегательные, ипотечные, инновационные, внешнеторговые, межгосударственные банки.

Место регулирующего центра в банковской системе занимает **центральный банк**, функциями которого являются руководство и надзор над всеми банками страны, хранение их обязательных резервов, предоставление кредитов коммерческим банкам, монополия на эмиссию общегосударственных кредитных денег, кассовое исполнение государственного бюджета, предоставление кредита государству.

Рыночный характер банковской системе придают прежде всего коммерческие банки, выполняющие широкий перечень финансово-кредитных операций на коммерческих началах.

Инвестиционные банки специализируются на долгосрочном кредитовании, вкладывая капитал в промышленность, строительство и другие отрасли либо в ценные бумаги.

Ипотечные банки предоставляют ссуды под имущественный залог, чаще всего под недвижимое имущество.

В определенной степени функции ипотечных банков выполняют **ломбарды**. Если кредит не будет возвращен заемщиком, имущество переходит в собственность банка.

Инновационные банки кредитуют освоение нововведений, научно-технических достижений. Иногда они идут на рисковое кредитование.

Сберегательные банки привлекают и хранят денежные средства населения, выплачивая вкладчикам фиксированный процент, возрастающий с увеличением срока хранения.

Сберегательные банки проводят и другие денежные операции для населения, в частности перечисляют деньги по поручению вкладчиков, предоставляют кредиты, выполняют операции по расчетам вкладчиков с разными организациями.

Международные банки проводят финансовые операции с участием партнеров из разных стран. Существует даже **Мировой банк**.

Все операции банка подразделяются на пассивные и активные.

Пассивными называют операции по привлечению денежных средств через прием депозитов (вкладов), а также образование собственных ресурсов посредством накопления банковской прибыли. Вклады подразделяют на срочные и текущие. На срочные вклады начисляют более высокие проценты (по сравнению с текущими вкладами), но они не могут быть изъяты ранее оговоренного срока без потери дохода. Текущие вклады приносят клиенту более низкие проценты, но дают право на немедленные к исполнению платежные поручения банку.

Активными называют операции по доходному размещению депозитов и собственного капитала: краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные ссуды под векселя, товары, недвижимость, ценные бумаги; банковские инвестиции, т.е. покупку банком акций и облигаций; кредитование частного бизнеса, государства, населения (включая потребительский и жилищные кредиты).

Основной активной операцией банков является кредитование, т.е. предоставление заемных средств на определенный срок под определенный процент, уплачиваемый за использование этих средств.

В чем же заключаются современные тенденции развития российской банковской системы?

Разразившийся мировой экономический кризис затронул и банковскую систему России, сократив ее капиталы. Остро встал вопрос о необходимости ее оздоровления. Мировой опыт показывает, что в процессе оздоровления банковской системы особое внимание необходимо уделять мерам по реорганизации, а не проведению процессов банкротства, поскольку убытки от банкротства примерно в 10 раз больше, чем при реорганизации. Некоторым банкам в связи с их социальной и экономической значимостью была оказана государственная поддержка.

Серьезной проблемой российской банковской системы является слабая кредитная активность коммерческих банков. Особенно остро проблема повышения кредитной активности стоит в сфере долгосрочного кредитования экономики, без которого невозможно обеспечить материальную базу ее стабильного роста в перспективе.

Государство не может принуждать коммерческие банки кредитовать пока еще преимущественно низкорентабельный реальный сектор, но может использовать некоторые меры, направленные на повышение кредитной активности коммерческих банков. Так, государство может частично компенсировать плату за кредит либо пре-

доставлять соответствующие кредитные ресурсы коммерческим банкам.

Важнейшим регулятором банковской деловой активности может стать рациональная налоговая политика. Целесообразно вводить дифференцированные ставки налогообложения применительно к отдельным банкам, вплоть до освобождения от налогообложения той части банковской прибыли, которая используется в целях активизации деятельности банка, в частности расходуется на приобретение нового оборудования, направляется в производство.

8.3. ОРГАНИЗАЦИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ С КРЕДИТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Известно, что для нормального функционирования любого предприятия необходимы денежные ресурсы (для выплаты заработной платы, закупки и ремонта оборудования, приобретения сырья и материалов и т. д.). Денежное, или финансовое, обеспечение предприятия является основой его деятельности, поскольку в рыночной системе хозяйствования все необходимые для деятельности ресурсы можно только купить.

Для того чтобы начать свое дело, предпринимателю нужен *стартовый капитал*. Первичная покупка или аренда производственных помещений, офиса, оборудования, приобретение сырья и материалов, регистрация фирмы, рекламная кампания требуют денежных средств. Работающая фирма должна располагать оборотным и основным капиталом.

Получение предпринимателем денежных средств, достаточных для приобретения всех необходимых ресурсов для функционирования и развития фирмы, называют *финансированием бизнеса*. Источники финансовых средств для бизнеса принято подразделять на внутренние (чистая прибыль фирмы и амортизационный фонд) и внешние (банковский и торговый кредит, кредиты других фирм, государственные заказы и субсидии).

Внутренними называют источники поступления денежных средств, связанные с результатами предпринимательской деятельности фирмы и продажи ее имущества. Главным внутренним источником финансирования фирмы является ее прибыль. Чаще всего из прибыли, остающейся в распоряжении предпринимателя, фи-

нансируются капиталовложения на развитие предпринимательского дела (например, финансирование основных производственных фондов). Из чистой прибыли финансируются расходы на социально-культурные нужды, выплату дивидендов акционерам, материальные поощрения работников фирмы. За счет внутренних источников, в частности чистой прибыли и амортизационного фонда, финансируются техническое перевооружение, реконструкция и расширение промышленной компании (создание новых рабочих мест).

Внешние источники обеспечивают получение средств от других обладателей финансовых ресурсов: банков, фирм, государства.

Всю совокупность источников внешнего финансирования бизнеса можно разделить на две группы: долговое и безвозмездное финансирование.

Долговое финансирование — получение денежных сумм в долг с обязательством их возврата и выплаты процентов за кредит.

Безвозмездное финансирование — предоставление финансовых ресурсов для оказания содействия или помощи в виде благотворительных пожертвований, субсидий.

Рассмотрим основные формы долгового финансирования бизнеса.

Банковский кредит — это предоставление банком денег предпринимательским фирмам и индивидуальным предпринимателям в долг на определенный срок под определенный кредитный процент. Кредитование может быть краткосрочным (до одного года) и долгосрочным (от двух до пяти лет).

Краткосрочный кредит предоставляется производственным фирмам для обеспечения сверхнормативных запасов сырья и материалов, на своевременную выплату заработной платы и временное восполнение недостатка собственных оборотных средств.

Долгосрочный кредит может быть получен на внедрение новой техники, технологии, механизации и автоматизации производственных процессов, на выпуск продукции повышенного качества и т. д.

Банковское кредитование юридических и физических лиц на производственные и социальные нужды осуществляется при строгом соблюдении определенных принципов: возвратности, платности и срочности кредитования.

Возвратность кредита предусматривает обязательность выплаты кредитору суммы основного долга на оговоренных условиях, а

срочность кредита — возврат кредитору заемных средств в заранее оговоренные сроки.

Платность кредита означает, что заемщик должен не только вернуть полученные от банка кредитные ресурсы, но и оплатить процент за предоставление банковской ссуды.

Кроме основных принципов банковского кредитования, выделяют три дополнительных:

- обеспечение кредита означает необходимость обеспечения защиты имущественных интересов кредитора при возможном нарушении заемщиком принятых на себя обязательств. Возврат банковского кредита может быть реализован с помощью залога, банковских гарантий, страхования;
- целевой характер кредита показывает необходимость целевого использования средств, полученных от кредитора;
- дифференцированный характер кредита определяет дифференцированный подход к различным категориям заемщиков со стороны кредитных органов.

В соответствии с Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» от 2 декабря 1990 г. № 395-1 кредитные сделки банка с клиентами осуществляются на основе заключения между ними кредитных договоров. Кредитный договор, заключенный между банком и заемщиком, определяет правовые и экономические условия кредитной сделки.

Одна из наиболее серьезных проблем, с которыми сталкиваются коммерческие банки — это риск непогашения кредитов. Банки стремятся минимизировать этот риск с помощью различных способов обеспечения возврата банковских ссуд. К гарантиям возврата кредитов относятся: неустойка, залог имущества должника, поручительство, банковская гарантия, задаток.

Неустойкой (штрафом, пеней) признается определенная законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства (например, в случае просрочки исполнения).

Залог имущества клиента банка является одной из наиболее распространенных форм обеспечения возвратности банковского кредита, он подтверждает право кредитора при неисполнении платежного обязательства заемщиком получить стоимость заложенного имущества.

Формой обеспечения возвратности кредита являются также **банковская гарантия и поручительство**. В случае банковской гарантии банк, кредитное учреждение или страховая организация

(гарант) дают по просьбе другого лица (*принципала*) письменное обязательство уплатить кредитору принципала (*бенефициару*) денежную сумму по представлении бенефициаром письменного требования об ее уплате.

В качестве формы обеспечения возвратности кредита широко используется поручительство.

Применительно к юридическим лицам поручительство в отличие от гарантии оформляется письменным договором между банком и поручителем. В соответствии с ним последний обязуется погашать кредитору задолженность заемщика в течение определенного времени.

Заगतок — денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счет причитающихся с нее по договору платежей другой стороне.

Кредитуя коммерческие организации, банки сталкиваются с различными рисками, поэтому они подходят тщательно к выбору клиентов. Важнейшим элементом в выборе клиента служит экономический анализ его деятельности. Поэтому любая организация должна предоставить бизнес-план с обоснованием эффективности своей деятельности, показать в нем необходимость получения той или иной суммы и высокую вероятность ее возмещения. Анализ подобных документов позволяет руководству банка оценить объективную вероятность выполнения предприятием своих обязательств и принять решение о выдаче кредита.

Предприятия, которые желают стать участниками программы льготного кредитования субъектов малого бизнеса, должны соответствовать основным требованиям, предъявляемым к заемщикам банками:

- заемщик должен соответствовать критериям субъекта малого предпринимательства, указанным в Федеральном законе от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
- целью применения кредитных средств должен быть вклад или участие в создании или развитии программ и проектов в реальном секторе экономики;
- годовой объем оборота денежных средств заемщика не должен превышать 50 млн руб.;
- подтверждение из налогового органа об уплате заемщиком просроченных обязательств по налогам в бюджеты всех уровней и др.

Внешним внебюджетным источником финансирования малого предпринимательства, не считая коммерческие банки, является привлечение инвесторов, партнеров, частное или спонсорское финансирование.

Кроме банковского в бизнесе используется еще одна разновидность кредита — **торговый**, или **коммерческий, кредит**. Его предоставляет друг другу фирмы в виде продажи товаров с отсрочкой платежа. Торговые кредиты очень распространены в современном бизнесе.

Например, в США от 85 до 90 % всех коммерческих сделок совершается с использованием торгового кредита. Процентная ставка торгового кредита обычно ниже, чем банковского. Торговым кредитом пользуются преимущественно оптовые покупатели товара, хотя не исключается его использование и при продаже товаров в розницу. В этом случае принято говорить о покупке товаров с оплатой в рассрочку.

Предпринимательские фирмы и предприниматели-индивидуалы обладают возможностью получать ограниченное безвозмездное финансирование от государства в виде **субсидий** из средств бюджета. Такие субсидии государство предоставляет в целях содействия развитию форм и видов предпринимательства, в которых оно заинтересовано.

Государственное безвозмездное финансирование бизнеса может осуществляться в виде прямой денежной помощи либо за счет денежных дотаций. Например, дополнительно финансировать фермеров государство может, покупая у них продукцию по ценам выше рыночных. Формой косвенного государственного финансирования предпринимательства можно считать установление налоговых льгот.

Существует еще одна форма государственного финансирования деятельности фирм — это **государственный заказ**. Государство заказывает фирме изготовить ту или иную продукцию и объявляет себя ее покупателем. В этом случае оно не финансирует затраты, а заранее обеспечивает фирме доход от продажи этой продукции.

8.4. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ РАСЧЕТОВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Платежи на территории Российской Федерации осуществляются путем наличных и безналичных расчетов.

Расчеты с участием граждан, не связанные с осуществлением ими предпринимательской деятельности, могут проводиться наличными деньгами без ограничения суммы или в безналичном порядке.

Расчеты между юридическими лицами, а также расчеты с участием граждан, связанные с осуществлением ими предпринимательской деятельности, проводятся в **безналичном виде**. Такие расчеты могут проводиться также наличными деньгами в пределах лимита, установленного законодательством.

Расчеты между предприятиями и организациями происходят обычно в безналичном виде путем перечисления средств со счета плательщика на счет получателя. Проводятся безналичные расчеты через банки, иные кредитные организации, в которых открыты соответствующие счета, на основании расчетных документов. В расчетных документах содержится письменное распоряжение предприятия — владельца счета на перечисление средств. Банк принимает к исполнению расчетные документы, подписанные должностными лицами, имеющими право подписи для совершения расчетно-денежных операций по счетам в банке.

Расчетные документы по операциям, осуществляемым индивидуальными предпринимателями, принимаются к исполнению при наличии на них одной подписи, указанной в карточке с образцом подписи, без оттиска печати.

При осуществлении безналичных расчетов допускаются расчеты **платежными поручениями, аккредитивами, чеками**, а также расчеты в иных формах, предусмотренных законом.

Формы и порядок расчетов предприятий со своими контрагентами определяются законодательством Российской Федерации и обязательно должны быть предусмотрены в договоре. Стороны по договору вправе избрать и установить в договоре любую из указанных форм расчетов.

Документом, дающим достоверную информацию о состоянии расчетного счета и движении средств по счету предприятия, является **банковская выписка с расчетного счета**. При выдаче банковских выписок клиентам банк прилагает к ним оправдательные документы (приходные и расходные документы), что позволяет бухгалтерии предприятия сверять суммы по выписке с суммами, указанными в оправдательных документах.

Наиболее распространенной формой расчетов в бизнесе являются **расчеты платежными поручениями**, которые принимаются банками только при наличии денег на счетах плательщиков.

Платежные поручения (как и другие расчетные документы) заполняются на компьютере без исправлений и подчисток на бланке

установленной формы и представляются в банк в течение 10 сут со дня выписки. На первом экземпляре платежного поручения проставляется оттиск печати и подпись плательщика. На основании первого экземпляра платежного поручения осуществляется списание денег со счета плательщика. Расчеты платежными поручениями могут быть срочными, досрочными и отсроченными.

К **срочным платежам** относятся:

- авансовый платеж, т. е. платеж до отгрузки товара;
- платеж после отгрузки товара, т. е. путем прямого акцепта товара;
- частные платежи при крупных сделках.

Досрочный и отсроченный платежи могут иметь место в рамках договорных отношений без ущерба для финансового положения сторон.

Расчеты платежными поручениями осуществляются по следующей схеме: поставка материальных ресурсов покупателю → выписка покупателем платежного поручения и представление его в банк покупателя → передача платежного поручения в банк поставщика, списание денег со счета покупателя (плательщика) на счет поставщика (получателя) → выписка из расчетного счета покупателя о списании суммы денег → выписка из расчетного счета поставщика о зачислении суммы денег.

8.5. ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: УЧЕТ, АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Малое предприятие не имеет возможности пригласить высококвалифицированных специалистов по финансово-экономическому и другим направлениям деятельности, поэтому руководитель организации и менеджеры функционального уровня должны быть разносторонне образованными «универсалами» с опытом решения вопросов по всем аспектам жизнедеятельности фирмы.

Рассмотрим основы бухгалтерского учета, налогообложения и экономического анализа, без которых не может работать ни одна организация, в том числе и малая фирма.

Бухгалтерский учет позволяет анализировать финансовое состояние организации, принимать на его основе стратегические,

оперативные и другие управленческие решения, а также формировать финансовую отчетность предприятия.

Бухгалтерский учет необходим на всех этапах создания и развития предприятия, которые можно представить в следующем виде:

1) создается предприятие и формируется собственный капитал организации;

2) формируются денежные ресурсы;

3) приобретаются основные средства, нематериальные активы и производственные запасы;

4) осуществляется производственный процесс по изготовлению продукта, и, наконец, готовая продукция реализуется;

5) определяется финансовый результат от реализации продукции.

На каждом этапе ведут бухгалтерские записи на активных и пассивных счетах, составляют бухгалтерские проводки по хозяйственным операциям, подсчитывают обороты и остатки по счетам, отражающим производственную деятельность, по которым можно составить бухгалтерский баланс и другие формы бухгалтерской и финансовой отчетности.

Все хозяйственные операции отражают на бухгалтерских счетах, которые утверждены в Плане счетов и имеют свое название и конкретный номер.

План счетов представляет собой систематизированный перечень счетов бухгалтерского учета по экономическому содержанию. Действующий План счетов и инструкция по его применению утверждены приказом Министерства финансов Российской Федерации от 31 октября 2000 г. № 94н. Основой бухгалтерского учета является документация, которая заключается в сплошном непрерывном отражении всех хозяйственных операций, проводимых организацией в бухгалтерских документах.

Перечень лиц, имеющих право подписывать первичные учетные документы, утверждает руководитель организации по согласованию с главным бухгалтером.

Первичные документы бухгалтерского характера заполняет бухгалтер. К ним относятся различные справки, расчеты, разработочные ведомости и др. Информация, отраженная в этих документах, также вносится в учетные регистры.

Учетные регистры — это книги, карточки, журналы или отдельные листы; дискеты, диски и иные электронные носители, предназначенные для систематизации и накопления информации, содержащейся в принятых к учету первичных документах для отражения на счетах бухгалтерского учета и в бухгалтерской отчетности.

Процесс обработки учетной информации при различном сочетании регистров, их взаимосвязь и последовательность записи в них называют формой бухгалтерского учета. Применение той или иной формы бухгалтерского учета зависит от уровня автоматизации и централизации бухгалтерского учета, размеров организации, квалификации работников, наличия средств вычислительной техники, оргтехники и др.

В настоящее время существуют следующие формы бухгалтерского учета: мемориально-ордерная, журнально-ордерная, журнал-главная, упрощенная форма бухгалтерского учета, простая форма бухгалтерского учета и автоматизированная.

Имущество организации имеет стоимостное выражение и в бухгалтерском учете называется хозяйственными средствами, которые группируют по двум признакам: видам и размещению, источникам формирования и целевому назначению. В зависимости от того, какую роль хозяйственные средства играют в процессе производства и обращения, их подразделяют на группы: внеоборотные и оборотные.

К **внеоборотным активам** относятся: основные средства, нематериальные активы, вложения во внеоборотные активы, доходные вложения в материальные ценности.

Основные средства, нематериальные активы и вложения во внеоборотные активы представляют собой **основной капитал организации**.

К **основным средствам** относятся здания, сооружения, рабочие и силовые машины, оборудование, вычислительная техника, транспортные средства, инструмент, производственный, хозяйственный инвентарь и принадлежности и др. Особенностью основных средств является то, что они участвуют не в одном, а в нескольких кругооборотах средств капитала. В процессе эксплуатации они постепенно изнашиваются и переносят свою стоимость на издержки производства (готовый продукт) по частям в форме амортизационных отчислений.

К **нематериальным активам** относятся права, возникающие из авторских и иных договоров на произведения литературы, искусства, науки; на программы ЭВМ; из патентов на изобретения, товарные знаки, ноу-хау и др.

К **вложениям во внеоборотные активы** относятся: приобретение земельных участков, объектов природопользования; строительство объектов основных средств; приобретение нематериальных активов и др.

К **оборотным активам** относятся: материально-производственные запасы (МПЗ), включающие в себя производственные запасы, готовую продукцию, затраты в незавершенном производстве,

расходы будущих периодов, налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, средства в текущих расчетах, денежные средства. Они участвуют в одном акте производства, их стоимость полностью переносится на производственные затраты (готовый продукт).

Производственные запасы представляют часть МПЗ организации, используемых в качестве предметов труда при производстве продукции, выполнении работ и оказании услуг, а также предназначенную для продажи или управленческих нужд (сырье, основные и вспомогательные материалы, покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия, топливо, запасные части и др.).

Готовая продукция — это часть МПЗ организации, предназначенная для продажи, являющаяся конечным результатом производственного процесса, законченная обработкой (комплектацией), технические и качественные характеристики которой соответствуют условиям договора или требованиям иных документов, установленных законодательством.

Незавершенное производство — это продукция (работа), не прошедшая всех стадий обработки, предусмотренных технологическим процессом. В затраты незавершенного производства включают также полуфабрикаты собственного изготовления, предназначенные для дальнейшей обработки и переработки в данной организации, и неукомплектованные изделия, не прошедшие испытание и техническую приемку.

Расходы будущих периодов представляют собой затраты, произведенные в текущем отчетном периоде, но относящиеся к следующим отчетным периодам и подлежащие равномерному списанию на текущие затраты в течение периода, к которому они относятся (расходы по подписке на периодические издания, уплаченные вперед суммы арендной платы, затраты на ремонт основных средств и др.).

Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям (НДС) — это суммы, уплаченные поставщикам при покупке материально-производственных запасов и подлежащие в соответствии с налоговым законодательством возмещению из бюджета при соблюдении определенных условий.

Средства в текущих расчетах — это дебиторская задолженность юридических и физических лиц данной организации (сумма долгов покупателей и заказчиков, подотчетных лиц и прочих дебиторов).

Денежные средства — это сумма денег на счетах в банках (расчетных, валютных, специальных и др.), денежные переводы, налич-

ные деньги и денежные документы (путевки, авиабилеты, почтовые марки и др.) в кассе организации.

Имущество организации формируется либо за счет собственных источников, либо за счет заемных (обязательств организации).

Источники формирования собственных средств предприятия включают в себя уставный (складочный), добавочный и резервный капитал, прибыль, целевые финансовые и целевые поступления.

Уставный (складочный) капитал формируется за счет вкладов учредителей (участников) и соответствует установленному размеру в учредительном договоре.

Добавочный капитал формируется в результате дооценки внеоборотных активов, а также отражает эмиссионный доход акционерного общества.

Резервный капитал предназначен для покрытия возможных убытков организации, а также для погашения облигаций организации и выкупа собственных акций.

Прибыль представляет разность между доходами и расходами организации и отражает собственный капитал организации, сформированный в результате ее текущей деятельности.

Целевые поступления и финансирование — это средства, предназначенные для финансирования целевых мероприятий. Они выделяются различными государственными и негосударственными организациями на конкретные мероприятия, носят строго целевой характер и могут быть использованы только по назначению.

Обязательства предприятия, или заемные источники средств, являются внешними источниками ресурсов организации. В зависимости от срока погашения различают краткосрочные и долгосрочные обязательства. Краткосрочные — это обязательства, которые подлежат погашению в течение одного года, а долгосрочные обязательства — в срок более одного года.

К **краткосрочным обязательствам** относятся: краткосрочные кредиты банков; краткосрочные займы, полученные от юридических и физических лиц; кредиторская задолженность работникам организации по оплате труда, поставщикам за товарно-материальные ценности, финансовым органам по налогам, фондам социального страхования и обеспечения по страховым взносам, другим юридическим и физическим лицам.

Долгосрочные обязательства включают в себя долгосрочные кредиты банков; долгосрочные векселя и прочие долгосрочные займы.

Основной капитал организации и ее обязательства зафиксированы в бухгалтерском балансе.

Бухгалтерский баланс — способ обобщения и группировки хозяйственных средств организации по видам и размещению, источникам формирования и целевому назначению в денежном измерении на определенный момент времени; содержит информацию о финансовом положении организации (см. прил.).

Оценить и соизмерить финансовые результаты и финансовое состояние организации можно при помощи способов и технических приемов **экономического анализа хозяйственной деятельности**.

Финансовое состояние отражает конечные результаты деятельности фирмы, которые интересуют не только работников фирмы, но и партнеров по экономической деятельности, государственные, финансовые, налоговые органы.

Финансовый анализ проводят в следующих целях:

- выявление изменений показателей финансового состояния;
- определение факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия;
- оценка количественных и качественных изменений финансового состояния;
- оценка финансового положения предприятия на определенную дату;
- выявление тенденций изменения финансового состояния фирмы.

Существуют группы потребителей, которым анализ финансового состояния необходим для работы, к ним относятся:

- финансовые менеджеры, так как невозможно руководить предприятием, принимать хозяйственные решения, не зная его финансового состояния;
- собственники (в том числе акционеры); им важно знать отдачу от вложенных в предприятие средств, прибыльность и рентабельность предприятия, а также уровень риска;
- кредиторы и инвесторы; их интересует оценка возможности возврата выданных кредитов и возможности предприятия реализовать инвестиционную программу;
- поставщики, для которых важна оценка оплаты за поставленную продукцию, выполненные услуги и работы.

Информационной базой для проведения анализа финансового состояния является бухгалтерская документация: бухгалтерский баланс — форма № 1 и приложения к балансу.

Общую финансовую оценку производственной деятельности можно получить с помощью показателей рентабельности. Они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с имеющимися в наличии или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

- 1) показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) производственных затрат и инвестиционных проектов;
- 2) показатели, характеризующие рентабельность продаж;
- 3) показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Все эти показатели можно рассчитывать на основе прибыли до налогообложения, прибыли от реализации продукции, прибыли от операционной деятельности или чистой прибыли.

Рентабельность продукции (*окупаемость издержек*) исчисляют путем деления прибыли от реализации продукции или чистой прибыли на сумму затрат по реализованной или произведенной продукции. Она показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Рентабельность продукции можно рассчитывать в целом по предприятию, отдельным его подразделениям и видам продукции. Уровень рентабельности продукции (коэффициент окупаемости затрат), исчисленный в целом по предприятию, зависит от следующих факторов: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости, средних цен реализации.

Рентабельность продаж (*оборота*) рассчитывают путем деления прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки. Этот показатель характеризует эффективность предпринимательской деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с одного рубля продаж.

Рентабельность (*доходность*) **капитала** исчисляют путем деления прибыли до налогообложения (бухгалтерской, или валовой, прибыли) на среднегодовую стоимость всего инвестированного капитала.

Финансовое состояние организации. Этот показатель можно охарактеризовать, как способность предприятия финансировать

свою производственно-хозяйственную деятельность, рационально размещать и эффективно использовать финансовые ресурсы. Финансовое состояние может быть оценено как устойчивое, неустойчивое и кризисное.

Методика диагностирования финансового состояния включает расчет следующих групп показателей: платежеспособности, ликвидности, финансовой устойчивости. Рассмотрим их экономическую сущность.

Платежеспособность. Она показывает способность организации своевременно погашать задолженности собственными денежными средствами или их эквивалентами. Условиями достаточной платежеспособности являются наличие достаточного количества денежных средств на расчетном счете и отсутствие просроченной кредиторской задолженности.

Платежеспособность организации можно оценить либо как краткосрочную, либо как долгосрочную.

Краткосрочная платежеспособность определяется наличием наиболее ликвидных активов, к которым относятся денежные средства и краткосрочные финансовые вложения, полностью обеспечивающие покрытие срочных обязательств. По данным бухгалтерского баланса такую платежеспособность можно рассчитать как минимум только за квартал.

Для оценки долгосрочной (*перспективной*) платежеспособности рассчитывают показатели ликвидности.

Ликвидность. Если говорят о ликвидности организации, то имеют в виду наличие у нее такого количества оборотных средств, которое теоретически достаточно для погашения всех краткосрочных обязательств. Чем больше стоимость оборотных активов по сравнению с краткосрочными пассивами, тем выше ликвидность. Недостаточная ликвидность свидетельствует о неустойчивом положении организации, которое может предшествовать банкротству.

Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств организации ее активами, время превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения этих обязательств.

Ликвидность активов зависит от продолжительности периода превращения активов в денежные средства: чем короче период, тем выше ликвидность этих активов.

Рассмотрим основные коэффициенты ликвидности.

Коэффициент абсолютной ликвидности характеризует долю краткосрочных заемных обязательств, которая может быть погаше-

на наиболее ликвидными оборотными активами — денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями:

$$K_{a.l} = C_A / \Pi_k,$$

где C_A — денежные средства и быстрореализуемые ценные бумаги;
 Π_k — краткосрочные пассивы.

Принято считать значение данного коэффициента в пределах 0,2—0,5 достаточным. Этот коэффициент характеризует платежеспособность предприятия на дату составления баланса.

Коэффициент быстрой ликвидности показывает, что текущие обязательства могут покрываться не только имеющимися денежными средствами, но и за счет ожидаемых поступлений:

$$K_{b.l} = (C_A + Z_A) / \Pi_k,$$

где Z_A — дебиторская задолженность.

Значение этого показателя составляет от 0,4 до 1,0.

Коэффициент текущей ликвидности показывает общую картину ликвидности организации, т. е. в какой степени оборотные активы превышают краткосрочные обязательства:

$$K_{т.л} = A_t / \Pi_k,$$

где A_t — текущие оборотные активы.

Уровень этого коэффициента не должен опускаться ниже единицы, а нормальное значение лежит в пределах от 1,5 до 3,0. Чем выше его значение, тем больше доверия у кредиторов, иначе — организация неплатежеспособна (если он меньше единицы).

Однако превышение оборотных активов над краткосрочными обязательствами более чем в 2 раза считают нежелательным. Это свидетельствует о нерациональном вложении предприятием своих средств и неэффективном их использовании. Нижняя граница обусловлена тем, что оборотных средств должно хватить для покрытия своих краткосрочных обязательств.

Анализ финансовой устойчивости организации позволяет сформировать представление о ее истинном финансовом положении и оценить финансовые риски, сопутствующие ее деятельности.

Финансовая устойчивость — неоднозначная характеристика деятельности организации.

В широком смысле под финансовой устойчивостью организации следует понимать ее способность не только поддерживать достойный уровень деловой активности и эффективности бизнеса, но и наращивать его, гарантируя при этом платежеспособность, повышая инвестиционную привлекательность в границах допустимого риска.

Главное условие обеспечения финансовой устойчивости организации — рост объема продаж, представляющий собой источник покрытия текущих затрат. Он формирует необходимую для нормального функционирования величину прибыли.

В таких условиях роста прибыли финансовое состояние организации укрепляется, появляются возможности расширения бизнеса, вложения средств в совершенствование материально-технической базы, освоение новых технологий.

Резервы улучшения финансового состояния предприятия могут быть выявлены с помощью маркетингового анализа, связанного с изучением спроса и предложения, рынков сбыта, который позволит сформировать оптимальный ассортимент и структуру производства продукции для данного предприятия.

В некоторых случаях необходимо провести реинжиниринг бизнес-процесса, т. е. глубоко пересмотреть производственную программу, материально-техническое снабжение, организацию труда и заработной платы, подбор и расстановку кадров, управление качеством продукции, ценовую политику и др.

В целях предотвращения банкротства и восстановления устойчивого финансового состояния организации необходимо разработать комплекс экономических, финансовых, технических и организационных мер, которые составят программу финансового оздоровления. Основными задачами финансового оздоровления являются:

- максимизация прибыли;
- оптимизация структуры капитала и обеспечение финансовой устойчивости.

Одной из обязательных функций каждой действующей фирмы является исполнение налоговых и других обязательств перед бюджетом.

В современном обществе налоги — это основной источник доходов государства. Каждое предприятие должно выполнять перед государством свои обязательства по уплате налогов, так как именно они составляют основу доходной части федерального, регионального и местных бюджетов любой страны.

Налоги — это обязательные платежи, взимаемые государством (центральными и местными органами) с физических и юридических лиц в бюджет соответствующего уровня.

Экономическое содержание налогов выражает взаимоотношения государства и хозяйствующих субъектов (физических и юри-

дических лиц). Налоговые отношения являются частью финансовых отношений предпринимателей.

К **федеральным налогам и сборам** относятся: налог на добавленную стоимость; акцизы на отдельные виды товаров (услуг) и минерального сырья; налог на прибыль (доход) организаций; налог на доходы от капитала; взносы в государственные социальные внебюджетные фонды; государственная пошлина; таможенная пошлина и таможенные сборы; налог на пользование недрами; налог на воспроизводство минерально-сырьевой базы; экологический налог; федеральные лицензионные сборы и др.

К **региональным налогам и сборам** относятся: налог на имущество организаций; налог на недвижимость; транспортный налог; налог с продаж; налог на игорный бизнес; региональные лицензионные сборы и др.

К **местным налогам и сборам** относятся: земельный налог, налог на рекламу; местные лицензионные сборы и др.

Некоторые налоги формируют внебюджетные фонды, такие как Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, фонды обязательного медицинского страхования. К таким налогам относятся **страховые платежи**, основное предназначение которых — мобилизация средств для реализации прав граждан на государственное пенсионное и социальное обеспечение и медицинскую помощь.

Необходимо отметить, что в 2010 г. ЕСН (единый социальный налог) заменен прямыми страховыми выплатами в Пенсионный фонд (ПФР), фонд обязательного медицинского страхования (ФОМС) и фонд социального страхования (ФСС). Страховые взносы уплачиваются по новым правилам — в соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ (ред. от 28 сентября 2010 г.) «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования»:

- Фонд социального страхования — 2,9 %;
- Федеральный фонд обязательного медицинского страхования — 1,1 %;
- территориальный фонд обязательного медицинского страхования — 2,0 %;
- страховые взносы на обязательное пенсионное страхование в зависимости от возраста застрахованных лиц — 20 %.

Взносы всего составляют 26 %.

Перечислим основные виды налогов, уплачиваемые предпринимателями:

- налог на добавленную стоимость, ставка — 10 % на продовольственные, детские товары, печатную продукцию, а также — 18 % по всем остальным товарам;
- налог на прибыль — 20 %;
- страховые взносы, ставка — 26 %;
- налог на рекламу, ставка — не более 5 %;
- налог на доходы физических лиц (индивидуальные предприниматели), ставка — 13 %.

Налогоплательщики (юридические и физические лица) должны своевременно выполнять обязательства, предусмотренные российским законодательством. В противном случае это повлечет юридическую ответственность предпринимателя.

Закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусматривает специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий.

В этой связи необходимо обратиться к Налоговому кодексу Российской Федерации (НК РФ), в котором предусмотрены три специальных налоговых режима, которые могут применять субъекты малого предпринимательства: единый сельскохозяйственный налог, единый налог на вмененный доход и упрощенная система налогообложения. Соответствующими положениями НК РФ установлены виды деятельности, к которым не могут применяться специальные налоговые режимы, несмотря на статус субъекта малого предпринимательства, а также некоторые другие ограничения.

Сельскохозяйственные предприятия и фермерские хозяйства могут добровольно перейти на единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), для которого объектом налогообложения признаются доходы, уменьшенные на величину расходов, а не площадь используемых сельскохозяйственных угодий. Ставка ЕСХН устанавливается в размере 6 %, что существенно снижает налоговое давление на доходы сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Применение специального налогового режима в форме единого налога на вмененный доход (ЕНВД) является обязательным для установленных НК РФ видов деятельности, где объективный контроль выручки для налоговых органов затруднен.

Субъекты малого бизнеса имеют возможность применять упрощенную систему налогообложения (УСН), выбирая при этом между

единым налогом 6 % от доходов и единым налогом 15 % с разницы между доходами и расходами.

Начиная с 2006 г. индивидуальные предприниматели могут перейти на **упрощенную систему налогообложения на основе патента** при условии соблюдения двух условий:

1) они не имеют права привлекать в своей предпринимательской деятельности наемных работников, в том числе по договорам гражданско-правового характера;

2) они должны заниматься только теми видами предпринимательской деятельности (их 58), которые перечислены в НК РФ.

К ним, в частности, относятся ремонт обуви, пошив изделий, ремонт часов, фотоуслуги, ремонт бытовой техники, компьютеров, ремонт и техническое обслуживание автомобилей, ремонт квартир, услуги нянь, ветеринарное обслуживание, перевозка пассажиров и грузов на автомобильном и водном транспорте, а также мойка автотранспортных средств.

Патент применяется на добровольной основе и выдается на квартал, полугодие, девять месяцев, год. Для получения патента индивидуальный предприниматель должен подать в налоговый орган по месту его постановки на учет заявление по установленной форме не позднее чем за один месяц до начала применения индивидуальным предпринимателем упрощенной системы налогообложения на основе патента.

Годовую стоимость патента определяют исходя из суммы потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода и налоговой ставки в размере 6 %. Размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода устанавливается законами субъектов Российской Федерации по каждому виду предпринимательской деятельности на основе патента.

Индивидуальные предприниматели, применяющие упрощенную систему налогообложения, проводят уплату страховых взносов на обязательное пенсионное страхование в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Главные обязанности налогоплательщика — уплачивать налоги; выполнять требования налоговых органов об устранении выявленных нарушений законодательства о налогах и сборах и не препятствовать деятельности должностных лиц налоговых органов при исполнении ими служебных обязанностей; обеспечивать сохранность данных бухгалтерского учета и других документов, необходимых для исчисления и уплаты налогов, а также подтверждающих полученные доходы и уплаченные налоги в течение четырех лет.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАДАЧА

Коэффициент устойчивости в прошлом году составил 0,75, в этом году — 0,80.

Что это означает для фирмы?

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Почему кроме слова «деньги» используют слово «финансы»?
2. Какой смысл вкладывают в понятие «финансирование»? Что служит объектом финансирования?
3. Объясните смысл понятия «денежное обращение».
4. Назовите главных участников финансовых отношений.
5. Перечислите основные каналы расходования денежных средств фирмы на начальном этапе ее становления.
6. Дайте определение понятия «внутренние и внешние» источники финансовых ресурсов фирмы».
7. Как возникло банковское дело?
8. Опишите механизм и перечислите функции банковского бизнеса.
9. В чем состоит различие между «активными» и «пассивными» банковскими операциями?
10. Что включает в себя банковская система?
11. Расскажите о назначении и механизме действия банковского кредитования.
12. Дайте определения понятий «банковский кредит» и «банковский процент».
13. Почему торговый кредит считают внешним источником финансирования?
14. Какие вам известны формы государственного бюджетного финансирования?
15. Перечислите условия, на которых банки предоставляют кредиты фирмам. Какие существуют способы обеспечения возврата банковских ссуд?
16. Опишите порядок расчетов между поставщиком и покупателем продукции при использовании платежных поручений.
17. Что вы понимаете под термином «ликвидность»?
18. Дайте определение понятия «производительность труда». Как она влияет на величину прибыли?
19. Расскажите об особенностях нормативно-правового регулирования малого предпринимательства: специальных налоговых режимах, учете и отчетности.
20. По каким видам деятельности индивидуальные предприниматели могут перейти на уплату патента?

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Изучив эту главу, вы сможете:

- рассказать об истории развития внешнеэкономических связей;
- перечислить основные сферы международной экономики;
- сформулировать сущность внешнеэкономической деятельности;
- объяснить, как осуществляется государственное регулирование внешнеэкономической деятельности;
- перечислить основные задачи международного экономического сотрудничества;
- рассказать, как возникают и решаются валютные проблемы.

9.1. СУЩНОСТЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЕЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

В настоящее время в мире существуют около 160 стран и насчитывается 300 денежных систем. Между странами существуют различные типы отношений, особенно важны экономические отношения. Еще в эпоху рабовладельческого строя Древний Египет, Древняя Греция, Древний Рим вели торговлю с другими странами. В средние века внешняя торговля была представлена в итальянских городах Генуе, Венеции, на Руси в Великом Новгороде. Страны обменивались в основном предметами роскоши, пряностями, тканями, продукцией сельского хозяйства.

Международным экономическим отношениям докапиталистического периода и раннего капитализма свойственны небольшие масштабы и эпизодический характер. На международную торговлю того времени накладывали заметный отпечаток такие внешнеэкономические факторы, как войны, грабежи, пиратство. Кроме того, отсутствовали условия для нормальной крупномасштабной коммерческой деятельности.

Возрастание значения международных экономических отношений связано с формированием и развитием промышленности, машинной индустрии, которые привели к росту международных хозяйственных связей.

В период возникновения машинной индустрии (XVI—XVIII вв.) зарождается и начинает формироваться мировой рынок.

Мировой рынок — совокупность взаимосвязанных национальных рынков отдельных государств, участвующих в международном разделении труда, в международной торговле и других формах экономических отношений.

Международные экономические отношения (МЭО) существуют в следующих формах:

- международная торговля товарами — это сфера международных товарно-денежных отношений или совокупность внешней торговли всех стран мира. Ее в свою очередь подразделяют на торговлю: сырьевыми товарами, машинами и оборудованием, потребительскими товарами;
- торговля услугами — это торговля потребительскими стоимостями, преимущественно не имеющими вещественной формы, которая охватывает: транспорт, торговлю лицензиями, туризм, посреднические услуги в международной торговле, финансовые услуги, информационные и рекламные услуги;
- вывоз капитала — движение капитала через национальные границы. Важнейшую роль в данной сфере играют ТНК и транснациональные банки (ТНБ);
- международная миграция рабочей силы — перемещение, переселение трудоспособного населения по экономическим причинам. Основные потоки миграции: малоквалифицированная рабочая сила из развивающихся стран, высококвалифицированные специалисты («утечка мозгов») в развитые регионы из государств с переходной экономикой и некоторых развивающихся стран;
- экономическая интеграция — качественно новый этап сближения, переплетения отдельных национальных хозяйств, который в перспективе ведет к созданию единого интернационального хозяйства (например, Европейский Союз);
- международные валютно-кредитные отношения опосредуют прочие формы МЭО.

При установлении международных экономических взаимоотношений страны используют **автаркию** — политику обособленного развития, ориентации на закрытую экономику, открытую экономику и мировой рынок.

Относительно стабильные потоки движения товаров и услуг привели к становлению новой формы товарообмена — мировому рынку.

Современный мировой рынок представляет собой сферу устойчивых товарно-денежных отношений по обмену произведенных национальных продуктов. Субъектами этих отношений могут выступать государства, отдельные организации и предприятия, а также частные лица.

В процессе развития мировой рынок четко выделил две составляющие: рынок базовых товаров и рынок готовых изделий.

Все развивающиеся страны, специализирующиеся в основном на вывозе сырья и трудоемких товаров, торгуют на **рынке базовых товаров**.

Второй сегмент мирового рынка — **рынок готовых товаров**. В настоящее время он также расслаивается на три четко очерченных уровня: низший, средний и высший. Критерием для их выделения послужил уровень технологичности продукции. На низшем уровне рынка идет торговля продукцией черной металлургии, текстилем, обувью и другой продукцией легкой промышленности. На среднем уровне торгуют станками, транспортными средствами, пластмассовыми изделиями, продуктами основной химии и деревообработки. На высшем уровне продаются аэрокосмическая техника, информационная техника, электроника, продукция фармацевтических отраслей, точные и измерительные приборы, электрооборудование. Этот рынок отличается ожесточенной конкуренцией между развитыми странами, строящими свою экономику на высших достижениях современного научно-технического прогресса и не заинтересованными в появлении на этих рынках новых конкурентов.

Россия только завоевывает свое место на мировом рынке. В настоящее время Россия торгует только на рынке базовых товаров, продавая сырье и энергоносители. С некоторыми товарами Россия может появиться и на отдельных рынках готовых товаров. Однако говорить о завоевании прочных позиций на этих рынках пока рано, особенно если речь идет о верхнем уровне. Завоевание мирового рынка невозможно без изменения структуры производства и его коренного обновления.

Главной сферой мировой экономики является внешняя торговля, которая представляет собой обмен товарами в материально-вещественной форме и услугами, связанными с осуществлением товарооборота.

В международной торговле осуществляются четыре основных вида внешнеторговых операций:

- экспортная — продажа иностранному контрагенту (иностранному партнеру во внешнеторговой операции) товара с вывозом его за границу;
- импортная — приобретение у иностранного контрагента товара с ввозом его из-за границы;
- реэкспортная — продажа с вывозом за границу ранее импортированного и не подвергнутого переработке товара;
- реимпортная — приобретение с ввозом из-за границы ранее экспортированного и не подвергнутого там переработке товара.

Внешнеторговые операции проводят на основе заключаемых сделок.

Международная торговая сделка — договор (соглашение) между двумя или несколькими фирмами, находящимися в разных странах, о поставке товара или об оказании услуг в соответствии с согласованными условиями.

Все фирмы — производители конкурентоспособной продукции имеют право самостоятельно осуществлять экспортно-импортные операции. Выходить на внешний рынок фирмы могут как самостоятельно, так и через внешнеторговые организации-посредники, т. е. специализированные внешнеторговые организации.

Существуют два основных направления внешнеэкономической политики государства — протекционизм и фритредерство.

Протекционизм — политика, направленная на защиту собственной промышленности, сельского хозяйства от иностранной конкуренции на внутреннем рынке. Характерным для протекционизма являются высокие таможенные тарифы и ограничения импорта.

Фритредерство — политика свободной торговли, которая предполагает отмену ограничений на пути импортных товаров, установление низких таможенных тарифов.

К основным инструментам государственного регулирования внешнеэкономической деятельности относятся: таможенный та-

риф; лицензирование; квотирование; другие нетарифные меры; финансовые рычаги; организационно-распорядительные средства.

Таможенный тариф — систематизированный перечень пошлин, которыми облагаются некоторые товары, ввозимые в страну или вывозимые из нее.

Таможенные тарифы дают представление о том, каким именно образом государство влияет на экспорт и импорт, способствуя или затрудняя ввоз и вывоз товаров.

Таможенные пошлины — налоги, взимаемые государством за провоз через границу страны товаров, имущества, ценностей.

Таможенные пошлины различны для разных товаров. По объекту взимания таможенные пошлины могут быть **экспортные**, **импортные** и **транзитные** (за транзитный провоз товара). По способу взимания их подразделяют на **адвалорные** (с цены товара), **специфические** (с массы, объема, количества товара) и **смешанные**.

Специальные таможенные пошлины применяют в качестве защитной меры, если товары ввозят на территорию страны в таких количествах или на таких условиях, которые наносят или угрожают нанести ущерб отечественным производителям подобных или непосредственно конкурирующих с ними товаров, либо как дискриминационную меру против какой-либо страны.

Антидемпинговые пошлины назначают в случаях ввоза товаров по демпинговым ценам. Продажу товаров на рынках других стран по ценам, существенно ниже мировых, а также цен, сложившихся на этих рынках, называют демпингом.

Прибегая к демпингу, экспортеры пытаются внедриться на чужой рынок, увеличить объем продаж, вытеснить конкурентов. Для борьбы с демпингом во многих странах разработаны антидемпинговые законодательства, которые применяют в тех случаях, когда демпинг может причинить ущерб торговле на внутреннем рынке.

Лицензирование — это выдача государственными органами разрешения на ввоз или вывоз товаров и услуг.

Лицензионная система позволяет государству ограничивать или полностью прекращать экспорт и импорт отдельных товаров.

Квотирование — это регулирование внешней торговли с помощью установленных экспортных и импортных квот, ограничивающих ввоз или вывоз каких-либо товаров.

Квотирование экспорта вводят на товары, дефицитные на местном рынке. Кроме того, экспортные квоты вводят в соответствии с международными соглашениями, устанавливающими долю каждой

страны — участницы соглашения в производстве или экспорте какого-либо товара («добровольное ограничение экспорта»).

Квотирование импорта применяют в развитых странах значительно чаще; его назначение — защитить интересы национальных производителей, не нарушить сбалансированность поставок и платежного баланса, регулировать спрос и предложение на внутреннем рынке.

Экспортные (импортные) квоты могут быть установлены либо в натуральном выражении, либо в процентах к объему внутреннего производства или потребления.

К другим нетарифным мерам регулирования кроме лицензирования и квотирования относятся: таможенные и административные процедуры, включая систему оценки импортных товаров, другие формальности при прохождении товаров через таможенную; налоги на импорт, кроме таможенных пошлин, пограничные налоги; применение различных технических стандартов и норм активов, санитарных, ветеринарных, экологических норм, требований к упаковке и маркировке и прочих мер, ограничивающих доступ товаров в страну.

Среди финансовых рычагов распространены займы и кредиты, гарантирование экспортных кредитов, участие в финансировании экспорта капитала и технологий, страхование экспортно-импортных сделок, предоставление субсидий и финансовой помощи другим странам.

Организационно-распорядительные средства воздействия государства на внешнеэкономические связи используют для обеспечения общих политических и организационно-технических условий внешнеэкономического обмена. К этим средствам относятся дипломатические и торгово-политические средства воздействия.

9.2.

МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Повышение роли России в мировом товарообороте возможно при активном ее участии в работе международных организаций, полноправным членом которых она является или собирается стать им. Для оказания практической помощи российским фирмам в освоении новых форм экономического сотрудничества, расширения их деловых контактов с 1988 г. создаются ассоциации делового сотрудничества (АДС) с зарубежными странами.

Перед нашей страной стоит ответственная задача по разработке внешнеэкономической стратегии, в основе которой лежит международная экономическая интеграция, подразумевающая конструктивное взаимодействие с такими структурами, как СНГ, Европейский союз, Шанхайская организация сотрудничества, Всемирная торговая организация, Азиатско-Тихоокеанское сообщество, Евразийское экономическое сообщество и др.

Интеграция — это проникновение отдельных элементов экономики одних стран в экономику других стран и объединение на этой основе национальных хозяйств в единую интернациональную экономическую систему.

Наиболее совершенным примером интеграционного процесса является создание Европейского Союза (ЕС). Европейский Союз — интеграционное объединение, включающее в настоящий момент следующие западноевропейские государства: Австрия, Бельгия, Венгрия, Эстония, Кипр, Латвия, Литва, Мальта, Польша, Словакия, Словения, Чехия, Великобритания, Греция, Германия, Дания, Ирландия, Италия, Испания, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Франция, Финляндия, Швеция.

Для Европейского Союза характерны следующие черты сотрудничества:

- отсутствие торговых и таможенных барьеров между странами ЕС;
- свободное продвижение капитала, товаров, услуг и рабочей силы внутри ЕС;
- общая экономическая политика.

С 1 января 1999 г. в оборот введена новая общеевропейская валюта — евро. Европейский союз, завершающий процесс создания единого экономического пространства в Европе, уже обеспечивший переход от общего к единому рынку, сформировавший систему наднациональных органов управления.

Процессы экономической интеграции, происходящие на пространстве СНГ, полностью отвечают стратегическим интересам России и других стран Содружества, поскольку способствуют повышению конкурентоспособности их экономик. Интеграционные процессы имеют разноуровневый характер и развиваются в формате Содружества Независимых Государств, Евразийского экономического сообщества, Союзного государства России и Белоруссии.

Евразийское экономическое сообщество (ЕвразЭС), образованное в соответствии с Договором об учреждении Евразийского эконо-

номического сообщества от 10 октября 2000 г., в настоящее время можно считать ядром процессов интеграции на пространстве СНГ.

Государства-члены ЕврАзЭС (Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Россия, Таджикистан и Узбекистан) демонстрируют устойчивую позитивную динамику и качество экономического роста. Одна из важнейших задач интеграции наших стран — формирование и совместное развитие энергетического рынка, создание единой энергосистемы Сообщества, разработка программ развития сотрудничества в электроэнергетическом, угольном, нефтяном и газовом секторах, включающего и вопросы транспортировки энергоресурсов.

К настоящему времени разработана стратегия развития Евразийского экономического сообщества, направленная на поэтапное углубление экономической интеграции членов этого объединения — через Таможенный союз к единому экономическому пространству. Как известно, Россия, Казахстан и Белоруссия приняли решение о создании единого экономического пространства, предполагающего свободу перемещения через границы товаров, услуг, капитала и рабочей силы. С 1 января 2010 г. вводится единый таможенный тариф, а с 1 июля 2010 г. начнет функционировать таможенная территория трех стран.

Для Евразийского экономического сообщества главной проблемой становится расширение и интенсификация разнообразных контактов с азиатскими международными экономическими группировками — Азиатско-Тихоокеанским экономическим сотрудничеством (АТЭС) и Ассоциацией стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН), а также с крупными азиатскими государствами, прежде всего с Китаем и Индией, на основе использования перспективных возможностей, возникших в связи с созданием Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество было создано для перспективного развития Тихоокеанского региона и превращения его в важнейший экономический центр на планете, что обосновано наличием большого количества свободного капитала, природных ресурсов, высоких технологий и обширного рынка сбыта производимой продукции.

Странами АТЭС разработана программа широкого сотрудничества с Россией, которая включает в себя разработку месторождений полезных ископаемых на Дальнем Востоке и в Сибири. Экономическое развитие стран, входящих в Ассоциацию государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), осуществлялось благодаря финансовой поддержке США и Японии, а также торговле полезными ископаемыми и нефтью этого региона. В 1993 г. страны АСЕАН подписали

соглашение о постепенном снятии всех оставшихся торговых барьеров, чтобы в 2008 г. образовать Азиатскую Зону Свободной Торговли (АФТА). Шанхайская организация сотрудничества, объединяющая в настоящее время пять государств — членов ЕвразЭС и Китай, предусматривает создание общего экономического пространства, обеспечение свободного передвижения товаров, услуг, технологий путем отмены или снижения таможенных пошлин, организации общего инвестиционного пространства и решение актуальной проблемы международной трудовой миграции в азиатской части евразийского континента.

На международной арене развития внешнеэкономических связей центральное место занимает сырьевая проблема. По решению ООН для координации и регулирования этой проблемы созданы международные организации по сырью (МОС). Так, на долю ОПЕК, созданной по инициативе Венесуэлы в 1960 г. в целях координации и унификации нефтяной политики, приходится чуть менее 80 % разведанных мировых запасов нефти и около 37 % природного газа.

Продвижению на международные рынки российских товаров будет способствовать планируемое присоединение России к Всемирной торговой организации (ВТО), которая начала свою деятельность с 1 января 1996 г. Секретариат ВТО находится в Женеве (Швейцария).

Всемирная торговая организация регулирует торгово-политические отношения стран — членов ВТО в сфере международной торговли на основе специального пакета соглашений. Главная задача ВТО заключается в либерализации мировой торговли путем ее регулирования преимущественно тарифными методами при последовательном сокращении уровня импортных пошлин, а также путем устранения различных нетарифных барьеров, количественных ограничений и иных препятствий.

Все страны — члены организации принимают обязательство по выполнению основных соглашений и юридических инструментов. Таким образом, ВТО представляет собой многосторонний пакет соглашений, нормами и правилами которого регулируется свыше 90 % всей мировой торговли.

9.3. МЕЖДУНАРОДНАЯ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

Валютная система — это совокупность денежно-кредитных отношений (сложившихся на основе международной интеграции хозяйственной жизни и развития мирового рынка), закрепленных в международных договорных и государственных нормах.

Под валютой в широком смысле слова понимают товар, способный выполнять функции денег в мировом хозяйстве. В международной торговле роль основной валюты выполняет доллар США. В этой денежной единице осуществляется большая часть международных расчетов, фиксируются мировые цены большинства товаров, на нее приходится большая часть валютных резервов.

Существуют следующие виды валюты: замкнутая (неконвертируемая); частично конвертируемая; свободно конвертируемая (полностью обратимая).

Замкнутая (неконвертируемая) валюта — национальная валюта, которая функционирует только в пределах одной страны и не обменивается на другие иностранные валюты.

Частично конвертируемая валюта — национальная валюта стран, в которых применяются валютные ограничения для резидентов данной страны и по отдельным видам валютно-обменных операций.

Резидентами Российской Федерации считаются физические и юридические лица, а также предприятия и организации, не являющиеся юридическими лицами, центр экономических интересов которых расположен на территории Российской Федерации.

Свободно конвертируемая валюта — это валюта, свободно и неограниченно обмениваемая на другие иностранные валюты. Эта валюта обладает полной обратимостью (т.е. одинаковыми режимами обмена для нерезидентов и резидентов) и обменивается на любые другие валюты без каких-либо валютных ограничений.

Международная валютно-финансовая система состоит из следующих взаимосвязанных элементов:

- валютные отношения, касающиеся условий обращения и взаимной конвертируемости национальных валют, механизмов регулирования валютных курсов;
- финансовые отношения, которые охватывают международные финансовые рынки и механизмы торговли валютой, ценными бумагами, кредитами;
- экономические отношения, складывающиеся в процессе международных расчетов, выражаются в платежных балансах страны.

Международная торговля товарами и услугами неразрывно связана с обменом валют. Для обеспечения эквивалентности обмена необходимо знать валютный курс, т.е. соотношение между национальной и иностранной валютами. Валютный курс определяется в основном покупательной способностью каждой из валют, которая в свою очередь зависит от спроса и предложения товаров, их каче-

ства, спроса и предложения национальной валюты на мировом и внутреннем валютных рынках, обеспеченности валюты национальным богатством страны, устойчивости валюты и доверия к ней. Обычно курс валюты страны на мировом валютном рынке фиксируется и периодически объявляется международными финансовыми организациями (фондовыми биржами).

Различают два вида валютных курсов: фиксированный и плавающий.

Фиксированный валютный курс представляет собой официально установленное соотношение между национальными валютами, основанное на определяемых в законодательном порядке валютных паритетах.

Этот курс предполагает закрепление содержания национальной денежной единицы непосредственно в золоте или в долларах США. Колебания, как правило, не превышают 1 %.

Плавающий курс — это курс валюты, свободно изменяющийся под воздействием спроса и предложения, основанный на использовании рыночного механизма.

Существует курс продавца валюты (более высокий) и курс покупателя (более низкий). Разница между курсами (маржа) формирует доход предпринимателей и банков.

С международной валютной системой тесно связана международная кредитная система. Различают следующие виды кредитов: частные, правительственные и международных организаций.

Частные кредиты выдаются частными фирмами и банками и подразделяются соответственно на фирменные и банковские.

Правительственные кредиты предоставляются правительственными кредитными учреждениями (например, экспортно-импортным банком США) обычно на более льготных условиях, чем частные (могут быть беспроцентными, на срок несколько десятков лет, с большим льготным периодом перед началом выплаты). Эти кредиты чаще всего бывают целевыми, т. е. на приобретение определенных видов товаров, осуществление конкретных проектов и др.

Кредиты международных организаций предоставляются через Международный валютный фонд, Международный банк реконструкции и развития, Европейский инвестиционный банк и другие международные финансовые институты.

С понятием «международный кредит» связано также понятие «внешняя задолженность страны», т. е. финансовые обязательства страны иностранным кредиторам, подлежащие погашению в установленные сроки. Существуют следующие разновидности внешней задолженности: капитальная (срок платежа еще не наступил) и текущая (срок платежа наступает или уже наступил); по займам на коммерческих условиях и по льготным кредитам; по займам правительственных, частных и международных организаций; по займам кратко-, средне- и долгосрочным; по займам, гарантированным или негарантированным государством.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Когда начали формироваться экономические отношения между странами?
2. Дайте определение понятия «мировой рынок».
3. Назовите основные виды внешнеторговых операций.
4. Объясните суть понятия «протекционизм» во внешнеэкономической политике государства.
5. Какие вам известны межгосударственные торговые коалиции?
6. Как называется новая общеевропейская валюта? Когда она была введена в оборот?
7. Дайте определение понятия «свободно конвертируемая валюта».
8. Имеется ли у России внешняя задолженность, и как она будет рассчитываться с ней?

ТЕСТЫ

Выберите правильные варианты ответов.

1. Фиксированный валютный курс вводят в целях:
 - а) усиления позиции национальной валюты;
 - б) ускорения экономического развития;
 - в) создания резервов в твердой валюте;
 - г) привлечения иностранных инвестиций;
 - д) увеличения государственного кредитования предприятий;
 - е) усиления роли государственного сектора.
2. Квота — это термин, применяемый:
 - а) для ограничения площади посевных земель;
 - б) увеличения производства товаров широкого потребления;

- в) ограничения доступа на внутренний рынок импортных товаров;
- г) резкого увеличения производства товаров военного назначения;
- д) увеличения производства наукоемких товаров.

3. Вывоз за границу ранее ввезенного товара можно назвать реэкспортом:

- а) да;
- б) нет.

4. Общая система преференций — это техника проведения импортных операций:

- а) да;
- б) нет.

5. Политическая ситуация оказывает влияние на котировки мягких валют:

- а) да;
- б) нет.

6. Обмен одной валюты на другую по действующему курсу — это конверсия валюты:

- а) да;
- б) нет.

Приложение
к приказу Минфина России
от 22 июля 2003 г. № 67н

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
на 01 января 2008 г.

Форма № 1 по ОКУД	КОДЫ		
Дата (год, месяц, число)	0710001		
Организация <u>ООО «МАЯК»</u>	2008	01	01
Идентификационный номер по ОКПО	78353560		
налогоплательщика ИНН	7722020265		
Вид деятельности <u>оптовая торговля</u> по ОКВЭД	55.30		
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>общество с ограниченной ответственностью/частная</u> по ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения: тыс. руб./млн руб. по ОКЕИ (ненужное зачеркнуть)	384/385		
Местонахождение (адрес) <u>г. Москва, ул. Енисейская, д. 19, стр. 2</u>			

Дата утверждения	29.01.2007
Дата отправки (принятия)	

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	603	644
Основные средства	120	87 731	97 532
Незавершенное строительство	130	28 527	19 830
Доходные вложения в материальные ценности	135		
Долгосрочные финансовые вложения	140	11 399	11 514

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
Отложенные налоговые активы	145		
Прочие внеоборотные активы	150		
Итого по разделу I	190	128 260	128 520
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	115 134	121 277
В том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	20 720	9 010
животные на выращивании и откорме	212		
затраты в незавершенном производстве	213	1 366	2 246
готовая продукция и товары для перепродажи	214	92 803	109 623
товары отгруженные	215		
расходы будущих периодов	216	245	398
прочие запасы и затраты	217		
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	4 042	789
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 мес после отчетной даты)	230	201	443
В том числе покупатели и заказчики	231	201	443
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 мес после отчетной даты)	240	61 151	62 731
В том числе покупатели и заказчики	241	49 391	50 448
Краткосрочные финансовые вложения	250	2 516	1 133
Денежные средства	260	7 365	6 525
Прочие оборотные активы	270		
Итого по разделу II	290	190 409	193 099
БАЛАНС	300	318 669	322 619

ПАССИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	65 000	65 000
Собственные акции, выкупленные у акционеров			
Добавочный капитал	420	23 600	23 600
Резервный капитал	430	13 167	14 427
В том числе:			
резервы, образованные в соответствии с законодательством			
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами		13 167	14 427
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	100 031	103 163
Итого по разделу III	490	201 798	206 190
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	7 822	7 075
Отложенные налоговые обязательства	515		
Прочие долгосрочные обязательства	520		
Итого по разделу IV	590	7 822	7 075
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	79 462	59 277
Кредиторская задолженность	620	25 664	47 210
В том числе:			
поставщики и подрядчики	621	16 574	31 513
задолженность перед персоналом организации	622	705	568
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623		

Окончание прил.

ПАССИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
задолженность по налогам и сборам	624	2 345	4 827
прочие кредиторы	625	6 040	10 302
Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	630		
Доходы будущих периодов	640	3 923	2 867
Резервы предстоящих расходов	650		
Прочие краткосрочные обязательства	660		
Итого по разделу V	690	109 049	109 354
БАЛАНС	700	318 669	322 619
Справка о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах			
Арендованные основные средства			
В том числе по лизингу			
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение			
Товары, принятые на комиссию			
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов			
Обеспечения обязательств и платежей полученные			
Обеспечения обязательств и платежей выданные			
Износ жилищного фонда			
Износ объектов благоустройства и других аналогичных объектов			
Нематериальные активы, полученные в пользование			

Руководитель Иванов И. И.
 (подпись) (расшифровка
 подписи)

Главный бухгалтер Голубцова А. А.
 (подпись) (расшифровка
 подписи)

« 29 » января 200 8 г.

А

Агент — коммерческий посредник; физическое или юридическое лицо, которое по поручению другого лица и, как правило, за вознаграждение выполняет поручение, но без права подписи.

Актив — одна из двух составных сторон бухгалтерского баланса, характеризующая состав, размещение и использование средств предприятия, сгруппированных в процессе производства; любая стоимость, находящаяся в собственности компании, включая деньги, товарные запасы, землю, здания, оборудование, текущие активы и т. д.

Акцепт — принятие платежного документа, выражение согласия с выставленным платежным документом.

Акциз — вид косвенного налога, включенного в цену товара или услуги, который изымается в государственный или местный бюджет. Чаще всего акцизным налогом облагаются вино-водочные изделия, пиво, табачные изделия, деликатесы, предметы роскоши, автомобили.

Акционерное общество — добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц в единое хозяйственное общество, формирующее свой первоначальный капитал посредством выпуска и продажи акций этого общества. Различают открытые акционерные общества (ОАО), акции которых распространяются путем их открытой продажи на рынке, и закрытые акционерные общества (ЗАО) — акции распространяются путем закрытой подписки.

Акция — ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом, удостоверяющая вложение ее владельцем (акционером) определенной суммы денег в капитал акционерного общества. Акция дает право ее владельцу на участие в прибылях, а в определенных случаях (простая акция) — на участие в управлении акционерным обществом.

Акция обыкновенная (простая) — акция, дающая права ее владельцу на участие в управлении акционерным обществом и получение дивиденда.

Акция привилегированная — акция, не дающая права ее владельцу голоса на собрании акционеров, но дающая право на фиксированный дивиденд, выплачиваемый в первоочередном порядке.

Амортизация — постепенное перенесение стоимости основных производственных фондов на производимый с их помощью продукт в целях возмещения износа этих фондов.

Аренда — передача имущества в срочное, возмездное владение и пользование. Передача имущества одним лицом (арендодателем) друго-

му лицу (арендатору) осуществляется на основе специального договора аренды.

Аудиторы — организации (должностные лица), проверяющие состояние финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций.

Аукцион — открытые торги, на которых право собственности на продаваемый товар передается тому покупателю, который в ходе торгов предложит максимальную цену.

Б

Баланс — количественное соотношение, состоящее из двух частей, которые должны быть равны друг другу, так как представляют поступление и расходование одного и того же количества денег, товара.

Баланс бухгалтерский — основной финансовый документ предприятия, в котором показаны источники финансовых средств и направления их использования. Имеет форму таблицы, состоящей из двух частей: актива и пассива.

Бартер — меновая торговля, обмен товарами на равную сумму между фирмами на безвалютной основе. Одна из распространенных в международной практике форм встречной торговли в интересах взаимной увязки экспортных и импортных операций.

Банкноты — банковские билеты, денежные знаки разного достоинства, выпускаемые в обращении центральным банком страны.

Банковский процент — размер платы банку за пользование представленным кредитом, выраженный в процентах.

Банкротство — неспособность должника платить по своим обязательствам из-за отсутствия у него необходимых средств.

Безналичные расчеты — форма денежного обращения, при которой хранение и движение денежных средств происходит через банки без участия наличных денег, посредством перечисления денег со счета покупателя на счет продавца.

Бизнес — экономическая деятельность человека или группы людей, направленная на получение прибыли.

Бизнес-план — план, программа деятельности фирмы для обновления целей нового дела и определения путей их достижения. Является основным документом для обоснования инвестиций.

Биржа — форма рынка, на котором происходит торговля крупными партиями ценных бумаг (фондовая биржа), товаров (товарная биржа), иностранной валюты (валютная биржа). Товар, ценные бумаги или валюта на бирже непосредственно не продается, можно только заключить договор о купле-продаже.

Биржевая котировка — цены товаров биржевой торговли или курсы ценных бумаг, регистрируемые и публикуемые котировальной комиссией биржи.

Брокер — посредник при заключении сделок на бирже, действующий по поручению и за счет клиентов, получая от них комиссионные.

Бюджет государственный — всесторонняя смета государственных доходов и расходов за определенный период времени (как правило, за один

год), позволяющая знать источники доходов и направления расходов денег и достичь их соответствия, баланса.

Бюджетный дефицит — сумма превышения государственных расходов над государственными доходами.

«**Бык**» — биржевой спекулянт, играющий на повышение курса ценных бумаг и валют. Покупая акции, «бык» рассчитывает с выгодой перепродать их после ожидаемого повышения курса ценных бумаг.

В

Валовой внутренний продукт (ВВП) — один из важнейших показателей, выражающий исчисленную в рыночных ценах совокупную стоимость конечного продукта (продукции, товаров и услуг), созданного в течение года внутри страны с использованием факторов производства, принадлежащих как данной стране, так и другим странам.

Валовой национальный продукт (ВНП) — один из широко распространенных макроэкономических показателей, представляющий исчисленную в рыночных ценах стоимость произведенного страной в течение года конечного (готового) продукта (продукции, товаров, услуг). В ВНП включается стоимость продукта, созданного как в самой стране, так и за рубежом с использованием факторов производства, принадлежащих данной стране.

Валюта — денежная единица страны, официальная государственная национальная денежная единица, используемая в данной стране.

Валютная интервенция — операция центрального эмиссионного банка, заключающаяся в скупке или продаже валюты своей страны для поддержания ее курса. При необходимости повышения курса валюта скупается, при необходимости понижения — распродается.

Валютный курс — цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах другой страны.

Валютные резервы — запасы иностранной валюты, а также золота, которыми располагают правительственные органы и центральный банк той или иной страны для платежей по международным расчетам.

Варант — свидетельство, выдаваемое товарным складом о приеме товаров на хранение.

Венчурная компания (фирма) — рисковая фирма, осуществляющая инновационную деятельность, включая разработку и распространение новых технологий, поиск новых возможностей применения старых продуктов, изобретение новых товаров, создание новых рынков и т. д.

Вексель — вид ценной бумаги; письменное, составленное по определенной форме денежное долговое обязательство. Вексель дает безусловное, гарантированное законом право лицу, которому он выдан (кредитору, заимодавцу, векселедержателю), получить обратно предоставленный им на фиксированный срок и на определенных условиях долг.

Вмененные доходы — величина доходов предпринимателя, установленная государственными налоговыми органами для определения базы налогообложения, исходя из наблюдений за его деятельностью; средние показатели доходов для данной категории предпринимателей.

Воспроизводство — воссоздание израсходованных факторов производства (природных ресурсов, рабочей силы, средств производства) посредством постоянного возобновления их производства по мере расходования.

Вторичный рынок ценных бумаг — рынок, на котором перепродаются ценные бумаги после их первичной продажи, распространения, размещения эмитентами.

Г

Государственные закупки — часть произведенных в стране или за рубежом товаров и услуг, закупаемых правительством, — государственными органами за счет средств государственного бюджета.

Государственный заказ — выдаваемый государственными органами и оплачиваемый из средств государственного бюджета заказ на изготовление продукции, выпуск товаров, проведение работ, в которых заинтересовано государство.

Д

Девальвация — официальное снижение курса национальной валюты страны по отношению к твердым валютам других стран (США, ФРГ, Англии и др.), международным расчетным единицам.

Декларация — предусмотренные законом объявления, уведомление, сообщение гражданином государственным органам требуемых ими данных о доходах, имуществе или количестве провозимого товара через границу, необходимые для установления величины налогов, пошлин.

Демонополизация — проводимая государством и его органами политика, направленная на сдерживание монополизма и конкуренции.

Демпинг — сознательное снижение цен в экспортной торговле; реализация товаров по демпинговым ценам, т. е. ценам ниже издержек производства или среднемировых цен в целях борьбы с конкурентами.

Денежное обращение — движение денег в наличной и безналичной формах, обслуживающих платежи и расчеты в экономике.

Деноминация — укрупнение денежной единицы страны без изменения ее наименования, проводимое в целях облегчения денежного обращения и придания большей полноценности деньгам.

Депозит — денежная сумма или иная ценность, отданная на хранение (как правило такое хранение осуществляется за плату).

Дефлятор — коэффициент, используемый для пересчета экономических показателей, исчисленный в денежном выражении, в целях приведения их к уровню цен предыдущего периода.

Дефляция — снижение уровня цен.

Дефолт — невыполнение обязательств по возврату заемных средств. Дефолтер — лицо, не выполнившее свои обязательства по возврату заемных средств, банкрот.

Диверсификация — одновременное развитие многих непосредственно не связанных между собой производств.

Дивиденд — доход, получаемый владельцем акции из прибыли акционерного общества по итогам его хозяйственной деятельности за определенный период времени, обычно за год.

Дилер — лицо или фирма, осуществляющее биржевое или торговое посредничество.

Дисконтирование — метод приведения будущих расходов к текущему времени.

Дистрибьютор — фирма или предприниматель, осуществляющие закупку и сбыт товаров определенного вида. Дистрибьюторы обладают преимущественным правом и возможностями приобретать и продавать такой товар.

Дотация — денежные средства, выделяемые из государственного и местных бюджетов в безвозвратном порядке для оказания финансовой поддержки предприятиям и населению.

Е

Емкость рынка — потенциально возможный объем продаж определенного товара на рынке в течение заданного периода.

Естественная монополия — официально признанная, неизбежная монополия на производство и продажу товаров и услуг, обусловленная естественными правами монополиста либо соображением экономической выгоды для всего государства и населения.

З

Закон денежного обращения — экономический закон, в соответствии с которым масса, количество денег, необходимых для обращения, прямо пропорциональны количеству и цене продаваемых товаров и обратно пропорциональны скорости обращения денег.

Закон предложения — экономический закон, согласно которому величина, объем предложения товара на рынке увеличиваются с ростом цены товара при прочих равных условиях (производственные затраты, инфляционные ожидания, качество товара).

Закон спроса — экономический закон, в соответствии с которым величина, объем спроса на рыночный товар уменьшаются с ростом цены товара при прочих равных условиях (мода, доходы потребителей, цены на аналогичные товары, качество).

Закон стоимости — экономический закон, согласно которому производство и обмен товаров осуществляются на основе их общественной стоимости.

Земельная рента — доход, полученный собственником земли от ее использования.

Земля, земельные ресурсы — важнейший вещественный фактор производства, являющийся основным средством сельского и лесного хозяйства, используемый также в качестве опорных поверхностей дорог, зданий, сооружений. Земля представляет практически невозпроизводимый ресурс экономики.

Золотой запас — централизованный резервный фонд золота в слитках и монетах, находящийся в распоряжении центрального банка или казначейства страны.

И

Издержки обращения (торговые издержки) — затраты, связанные с обращением товаров и идущие на их комплектование, упаковку, хранение, реализацию и т. д.

Издержки производства — сумма затрат на производство товара; образует внутреннюю стоимость товара и поэтому служит основой для определения исходной цены продажи — цены предложения.

Импорт — ввоз товаров из-за границы для их последующей реализации на внутреннем рынке ввозящей страны.

Инвентаризация — периодическая проверка по описи наличия и состояния материальных ценностей в натуральном виде, а также денежных средств.

Инвестиции — долгосрочное вложение капитала в предприятия разных отраслей, предпринимательские и исследовательские проекты, социально-экономические программы.

Индексация — один из способов защиты населения от инфляции, состоящий в том, что государство увеличивает денежные доходы и сбережения граждан в соответствии с ростом цен на потребительские товары и услуги.

Инжиниринг — оказание инженерно-строительных и проектных услуг.

Инкассо — получение банком платежей в пользу предприятия или лица, передавшего ему документы.

Инновации — нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта.

Интенсификация — повышение отдачи производства за счет более полного использования каждой единицы ресурсного потенциала.

Интересы — заинтересованность, побудительные мотивы действий экономических субъектов. Принято выделять материальные, духовные, денежные, имущественные интересы.

Инфляция — обесценивание денег, проявляющееся в росте цен на товары и услуги, не обусловленном повышением их качества.

Ипотека — залог недвижимого имущества, главным образом земли и строений, в целях получения ипотечной ссуды. При ипотечном залоге закладываемое имущество не передается в руки кредитора, а остается у должника.

К

Казенное (унитарное) предприятие — государственное или муниципальное предприятие, которому предоставлено право оперативного управления имуществом; создается по решению правительства.

Капитал — стоимость, приносящая прибавочную стоимость; все средства предпринимателя или предприятия, стоимость которых в процессе предпринимательской деятельности приносит прибавочную стоимость, т. е. возрастает.

Капитализация — превращение прибыли, предпринимательского дохода в капитал; исчисление ценности имущества (в основном акций, облигаций, других ценных бумаг) по приносимому им доходу.

Квота — 1) доля, часть, пай, приходящийся на одного из участников общего дела; 2) количественные ограничения (производства, сбыта, потребления, экспорта, импорта товаров и др.), вводимые на определенное время. Ограничительные меры называются квотированием.

Клиринг — зачет взаимных требований и обязательств в торговых расчетах.

Комиссионное вознаграждение — плата за работу в качестве агента-посредника по осуществлению коммерческой операции, сделки, обычно исчисляемая в процентах от суммы сделки.

Коммерция — торговая и торгово-посредническая деятельность, участие в продаже или содействии продаже товаров и услуг, в более широком смысле — предпринимательская деятельность.

Коммерческие банки — банки, занимающиеся кредитованием и финансированием предприятий, организаций, фирм, граждан за счет денежных капиталов, привлеченных в форме вкладов и путем выпуска собственных акций и облигаций. Такие банки выполняют обширный круг банковских операций и обслуживают различных клиентов.

Коммерческие организации — название хозяйственных обществ и товариществ, производственных кооперативов, торговых и других организаций, занимающихся предпринимательством, бизнесом, основной целью деятельности которых является извлечение прибыли.

Конвертируемость — свободный перевод одной валюты в другую; возможность обмена национальной валюты на валюту других стран по действующему курсу.

Конкуренция — противоборство, соперничество между производителями товаров и услуг (продавцами) за возможность получения максимальной прибыли; существование на рынке множества производителей и покупателей и возможность свободного их входа на рынок и выхода с него.

Консорциум — временное соглашение об объединении фирм и предприятий для осуществления каких-либо конкретных экономических проектов (например, соглашение между банками или промышленными компаниями для совместного проведения крупных финансовых операций по размещению займов или акций, осуществления единого промышленного проекта большого масштаба в целях извлечения высокой прибыли).

Контракт — договор, соглашение между двумя или несколькими лицами, в котором определяются действия, подлежащие исполнению, и ответственность за выполнение и невыполнение этих действий.

Контрольный пакет акций — часть от общего количества выпущенных акционерным обществом обыкновенных (простых) акций, дающая право лицу, которое ими владеет, осуществлять управление и контроль деятельности акционерного общества (теоретически количество акций для контрольного пакета более 50 %, а практически достаточно и меньше).

Конъюнктура рынка — основная характеристика функционирования рынка, складывающейся на нем ситуации; отражает величины спроса и предложения, уровень цен, объемы продаж, рыночную активность продавцов и покупателей.

Корпорация — объединение лиц или организаций для осуществления какой-либо деятельности на основе взаимных интересов (профессиональ-

ных, экономических, правовых и др.). Корпорации могут объединять родственные отрасли в целях удовлетворения определенных народнохозяйственных нужд или нужд населения (страны, регионов). Корпорация является наиболее распространенной формой акционерного предприятия, обязательно имеющей статус юридического лица.

Косвенные налоги — налоги на определенные товары и услуги, взимаемые через надбавку к цене товара.

Котировка — установление курсов иностранных валют, ценных бумаг или цен товаров на биржах в соответствии с действующими законодательными нормами и сложившейся практикой.

Кредит — ссуда в денежной или товарной форме, предоставляемая кредитором заемщику на условиях возвратности и, как правило, с уплатой процента.

Кредитоспособность — наличие у заемщика оснований, возможностей получить кредит и возратить его. Кредитоспособность зависит от экономического положения заемщика, состояния его дел.

Купон — отрезной талон акции или облигации, предъявляемый для получения дивиденда или процента.

Курс ценных бумаг — курсовая цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги (акции, облигации, векселя и др.) на фондовой бирже.

Л

Либерализация экономики — расширение свободы экономических действий хозяйствующих субъектов, снятие ограничений на экономическую деятельность, раскрепощение предпринимательства.

Лизинг — долгосрочная аренда (на срок от шести месяцев до нескольких лет) машин, оборудования, транспортных средств, сооружений производственного назначения, предусматривающая возможность их последующего выкупа арендатором.

Ликвидность — 1) способность превращения активов фирмы, ее ценностей в наличные деньги; 2) способность своевременного выполнения долговых обязательств; 3) способность рынка поглощать продаваемые ценные бумаги.

Личевой счет — счет, открываемый бухгалтерией или банком для расчетов с отдельными лицами. В таком счете отражают все расчетные и денежно-кредитные операции с данным клиентом.

Лицензия — разрешение на осуществление разнообразных видов деятельности в определенных пределах, выдаваемое государственными органами применительно к тем видам, которые нуждаются в ограничении, или для взимания платежей за выдаваемое разрешение.

Лот — термин аукционной торговли, означающий единицу или партию товара, выставляемого на продажу.

М

Маклер — посредник между продавцом и покупателем; постоянно и профессионально занимается посредничеством при покупке и продаже товаров, ценных бумаг, услуг, страховании.

Маржа — величина, выражающая разность между двумя определенными величинами (например, между ценой продавца и ценой покупателя).

Маркетинг — оптимальная система управления производством и сбытом, ориентированная на потребности рынка, обеспечивающая намеченный уровень прибыльности путем активного контроля над рынком и ценами. Маркетинг охватывает все стороны деловой активности предприятия, организации, фирмы: от идеи создания новых видов продукции, конструкторской и технологической проработки до продажи ее потребителю. Важное значение при этом имеет реклама, упаковка и маркировка товаров, а также выбор наиболее подходящих для данного рынка методов реализации.

Материальные затраты — часть издержек производства, включающая затраты на сырье, основные и вспомогательные материалы, топливо, энергию и другие затраты, приравняемые к материалам.

«**Медведи**» — биржевые игроки, играющие на понижении цен товаров, курсов ценных бумаг, валюты.

Международный банк реконструкции и развития (МБРР) — международная финансовая организация, предоставляющая долгосрочные займы в целях стимулирования экономического развития стран — членов МБРР.

Международный валютный фонд (МВФ) — международная экономическая организация, главный орган регулирования международных валютно-финансовых отношений, призвана содействовать развитию международной торговли и валютному сотрудничеству.

Менеджер — наемный работник, организующий реализацию задач, поставленных предпринимателем; управляющий, работник фирмы, профессионально занимающийся управленческой деятельностью.

Менеджмент — управление производством и предпринимательством, совокупность принципов, форм, методов, приемов и средств управления деятельностью и производственным персоналом предприятия, фирмы с использованием достижений науки и практики управления, передового опыта.

Монетаризм — экономическая теория и практическая концепция хозяйственного управления государством, согласно которой определяющая роль отведена количеству денег в обращении и связи между денежной и товарной массой.

Монополия — исключительное право производства, торговли, промысла, принадлежащее одному лицу, определенной группе лиц, предприятию, государству; крупные объединения предпринимателей.

Мотивация — вид деятельности в менеджменте, связанной с созданием стимулов к эффективной работе сотрудников фирмы.

Н

Наличные средства — денежные средства в виде бумажных денег и монет, денежных знаков, а также денег, находящихся на банковских счетах до востребования.

Налог на доходы физических лиц — налог, которым облагается сумма совокупного дохода граждан в денежном исчислении за истекший год.

Налоги — обязательные платежи, сбор, взимаемый государством или местным органом власти с граждан (физических лиц) или предприятий, фирм (юридических лиц) на основе специального законодательства. Налоги служат одним из средств регулирования экономических процессов, хозяйственной жизни.

Налоговая декларация — официальное заявление налогоплательщика о полученных им подлежащих налогообложению доходах за определенный период времени (как правило, за один год) и распространяющихся на них налоговых скидках и льготах.

Налоговые льготы — частичное или полное освобождение определенного круга физических и юридических лиц от уплаты налогов.

Налогооблагаемая база — общий объем доходов, имущества, с которых взимается налог.

Натуральное хозяйство — хозяйство, удовлетворяющее свои потребности за счет собственного производства.

Национализация — отчуждение или передача имущества частных лиц в собственность государства.

Национальный доход — исчисленная в денежном выражении стоимость вновь созданного в стране в течение года совокупного продукта; равен валовому национальному продукту за вычетом амортизационных отчислений (износа основных средств) и косвенных налогов.

Недвижимость, недвижимое имущество — земельные и другие естественные угодья, другое имущество, прикрепленное к земле и прочно связанное с ней (здания, сооружения). К недвижимости также относят вещные права на землю.

Непроизводственная сфера — условное название отраслей и видов деятельности, не составляющих материальное производство.

Неустойка — денежная сумма, которую одна сторона сделки платит другой в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по сделке.

Неэластичное предложение — состояние рынка, при котором процентное изменение цены больше процентного изменения предложения.

Номинал — исходная величина стоимости, нарицательная стоимость, указанная на денежных знаках, ценных бумагах и прејскурантах.

Номинальная заработная плата — сумма денежных средств, которые получают наемные работники. В отличие от реальной заработной платы номинальная не учитывает динамику цен.

Норма — 1) законное правило, установление, признанный обязательным порядок организации дела, осуществления действий; 2) установленная, документально подтвержденная мера расходования ресурсов, получения доходов, прибыли, затрат времени, выработки продукции.

Ноу-хау — научно-технические и экономические знания, производственный и хозяйственный опыт, специальные навыки, необходимые для организации производства и реализации товара. В современных условиях ноу-хау является одним из важных объектов коммерческих сделок.

О

Облигация — ценная бумага, удостоверяющая внесение ее владельцем денежных средств и подтверждающая обязательство возместить ему номинальную стоимость облигации в определенный срок с уплатой фиксированного процента, если иное не предусмотрено условиями выпуска облигации.

Оборачиваемость капитала — скорость оборота капитала компании, определяемая делением объема продаж на среднюю величину собственного капитала.

Олигополия — господство нескольких крупнейших фирм на рынке.

ОПЕК — организация стран — экспортеров нефти, созданная государствами-производителями нефти в целях проведения единой политики в области добычи и экспорта нефти, установления цен на нее.

Оптовая торговля — торговля крупными партиями товаров; продажа товаров оптовым покупателям, потребляющим их в значительном количестве или продающих их затем в розницу.

Оптовая цена — цена товара в условиях его оптовой продажи. Обычно такая цена ниже розничной, так как при оптовой продаже меньше издержки обращения в расчете на единицу товара.

Опцион — право приобрести или продать ценные бумаги по определенной цене в конкретный момент времени или в течение определенного срока; право выбора из нескольких вариантов, предоставленное тому или иному лицу или фирме.

Основные средства — длительно используемые средства производства, участвующие в производстве в течение многих циклов, имеющие длительные сроки амортизации.

Оферта — письменное предложение продавца, направленное возможному покупателю и содержащее условие продажи товара.

П

Пассив — одна из сторон бухгалтерского баланса; задолженность предприятия другим предприятиям или физическим лицам.

Патент — документ, удостоверяющий права изобретателя и предоставляющий ему или лицу, купившему патент, право исключительного пользования изобретением; документ, дающий право на занятие определенным видом деятельности.

Пеня — экономическая санкция, взыскание, устанавливаемое в случае несвоевременного выполнения обязательств. Как правило, пеня устанавливается в процентном отношении к сумме просроченного обязательства.

Первичный рынок ценных бумаг — рынок, на котором реализуются, продаются вновь выпущенные ценные бумаги их эмитентом, выпустившей их организацией.

Персонал — личный состав учреждения, предприятия, фирмы.

Пластиковая карточка — пластина с нанесенным на нее магнитным кодом или встроенным кодируемым элементом памяти; используется вместо денег для платежей, а также для получения наличных денег.

Пластиковые деньги — обобщенный термин для обозначения платежных пластиковых карточек.

Платежеспособность — это способность юридических и физических лиц быстро выплатить свои краткосрочные обязательства по платежам.

Подряд — выполнение каким-либо лицом или предприятием, именуемым подрядчиком, работ по заданию заказчика.

Позиционирование товара — элемент стратегии маркетинга, связанный с определением числа сегментов рынка, которые могут оказаться потребителями выпускаемого товара, и нахождением наиболее выгодного из этих сегментов.

Полис — документ (как правило, именной), выдаваемый страховым обществом застрахованному в нем лицу или учреждению, подтверждающий сделку.

Посредник — физическое или юридическое лицо, связывающее стороны, которые желают установить связи, заключить договор, сделку, и получающее за это вознаграждение. В качестве посредников могут выступать работники фирм, маклеры, брокеры и др.

Покупательная способность денег — реальное количество товаров и услуг, которое можно приобрести на определенную сумму денег в данное время.

Потребитель — лицо, семья, организация, потребляющие, использующие продукт чьего-либо производства, чьей-либо деятельности, включая и свой собственный продукт.

Потребительская корзина — расчетный набор, ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров, платных услуг, характеризующий типичный уровень и структуру месячного (годового) потребления человека или семьи.

Потребительские товары — виды товаров и услуг, предназначенные для конечного потребления, личного, семейного, домашнего пользования.

Потребление — использование, употребление, применение продукции, вещей, благ, товаров, услуг в целях удовлетворения потребностей. Различают производственное потребление — расходование, использование ресурсов в процессе производства, и непроизводственное, конечное потребление благ людьми, населением для удовлетворения общественных и личных потребностей.

Потребности — одна из фундаментальных категорий теоретической и прикладной экономики. Это виды продукции, товаров, услуг, вещей, творческой деятельности, в которых нуждаются люди, которые они желают приобрести, стремятся иметь и потреблять, использовать; внутренний побудитель активности.

Пошлина — один из видов налогов и сборов, взимаемых государством с юридических и физических лиц за определенные виды услуг: при заключении договоров об аренде, передаче ценных бумаг, регистрации предприятий, оформлении наследства, перевозке товаров через границу и др.

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) — самостоятельная инициативная деятельность физических и (или) юридических

лиц, направленная на получение дохода, прибыли, повышение имиджа, статуса.

Предприятие — самостоятельная, производственно-хозяйственная единица, созданная в целях удовлетворения каких-либо потребностей и получения прибыли.

Прибыль — экономическая величина, определяемая как разница между общей выручкой и общими издержками; превышение доходов над расходами.

Приватизация — процесс передачи в частную собственность государственной и муниципальной собственности.

Продукция — результат, продукт производства, полученный в основном в виде вещественного предмета, имеющего физическое измерение (количество, массу, длину, площадь, объем и др.) и денежную оценку (цену, стоимость).

Прожиточный минимум — стоимость минимально необходимых человеку благ, жизненных средств, позволяющих поддерживать жизнедеятельность.

Производительность труда — показатель эффективности использования ресурсов труда, трудового фактора. Измеряется количеством продукции в натуральном или денежном выражении, произведенным одним работником за определенное, фиксированное время (час, день, неделю, месяц, год).

Производство — процесс изготовления, создания разных видов экономического продукта; выпуск продукции, товаров, услуг. Процесс производства состоит в преобразовании исходных ресурсов: сырья, материалов, энергии, полуфабрикатов при одновременном использовании труда в итоговый продукт производства.

Промышленность — ведущая, крупнейшая отрасль материального производства.

Процентная ставка — размер процента за ссуду, кредит; относительная величина процентных платежей, выплачиваемых заемщиком кредитору за определенный период времени (месяц, год).

Р

Рантье — лицо, живущее за счет доходов от ценных бумаг и процентов.

Расчетный счет — счет предприятия в банке, используемый для ведения текущих операций и хранения свободных денежных средств.

Реальная заработная плата — количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату.

Реальные доходы — денежные доходы граждан, исчисленные с учетом реальных цен на товары и услуги и взимаемых налогов. Реальный доход человека при постоянных денежных поступлениях снижается, если увеличиваются цены, и возрастает при уменьшении цен.

Реклама — система мероприятий, направленных на доведение до потенциального покупателя емкой и художественно оформленной информации о товаре, услуге или непосредственно о предприятии. Главная цель рекламы — увеличить сбыт продукции.

Рента — доход, получаемый владельцем от использования земли, имущества, капитала, не требующий от владельца осуществления предпринимательской деятельности, затраты дополнительных усилий. Такой доход может быть получен, например, от сдачи земли или помещений в аренду, предоставления кредита.

Рентабельность — доходность предприятия, продукции, синтетический показатель эффективности работы. Общая рентабельность предприятия — отношение (обычно в процентах) балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.

Риск — любая опасность возникновения непредвиденных потерь имущества, денег, здоровья или жизни.

Рынок — 1) место купли-продажи товаров и услуг, заключения торговых сделок; 2) процесс купли-продажи, экономические отношения, связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и цена.

Рыночная цена — цена, складывающаяся на свободном, конкурентном рынке под воздействием спроса и предложения; равновесная цена.

Рыночная экономика — экономика, основанная на принципах свободного предпринимательства, многообразия форм собственности на средства производства, рыночного ценообразования, конкуренции, договорных отношений между хозяйствующими субъектами, ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность.

С

Сальдо — разность между поступлениями и расходами, рассчитываемая за определенный период времени.

Самоокупаемость — способ осуществления хозяйственной деятельности предприятий, при котором за счет полученного дохода покрываются затраты производства.

Санация — система мероприятий, направленная на предотвращение банкротства предприятия.

Себестоимость продукции — текущие затраты на производство и реализацию продукции, исчисленные в денежном выражении. Себестоимость включает материальные затраты, амортизацию основных средств, заработную плату основного и вспомогательного персонала, накладные расходы.

Сертификат качества — свидетельство, удостоверяющее качество товара и его соответствие условиям договора, содержит необходимые характеристики товара.

Свободно конвертируемая валюта — валюта, которая свободно, без ограничений обменивается на любую другую валюту.

Собственный капитал — разница между совокупными активами акционерного общества и его совокупными (обязательными) пассивами; принадлежит акционерам.

Сделка — соглашение двух или нескольких экономических субъектов о проведении совместных, обычно взаимовыгодных действий, связанных

с куплей-продажей имущества, денег, ценных бумаг, предоставлением ссуд, совместным производством, выполнением бизнес-операций.

Совокупный спрос — общий объем товаров и услуг, на который может быть предъявлен спрос; потребность государства, предприятий и граждан, представленная на рынке в денежной форме.

Социальная сфера — совокупность отраслей, предприятий, организаций, непосредственным образом связанных и определяющих образ и уровень жизни людей, их благосостояние.

Социальное обеспечение — предоставление денежной и материальной помощи людям, которые не способны трудиться, находятся в тяжелом экономическом положении.

Средства производства — совокупность средств, при помощи которых создаются товары и услуги. Средства производства подразделяют: на основные (которые служат долго, например станки, компьютеры); оборотные (которые полностью потребляются в течение одного производственного цикла, например кирпичи, расходные материалы).

Спрос — количество товаров и услуг, которые потребители хотят и могут купить по данной цене в данное время.

Ссуда — предоставление одним лицом (кредитор) денег или материальных ценностей другому лицу (заемщику) в виде займа на условиях возврата в определенный срок с оплатой вознаграждения (ссудного процента) за пользование предоставленными средствами.

Стагнация — состояние экономики, характеризующееся застоем всей экономической деятельности.

Стоимость — это ценность товара, выраженная в деньгах, которые нужно заплатить, чтобы купить этот товар.

Стратегия — искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах.

Страхование — создание за счет денежных средств предприятий, организаций, граждан специальных страховых фондов, предназначенных для возмещения ущерба. В случае наступления страхового случая (пожара, аварии, потери здоровья и др.) из страхового фонда пострадавшему или его наследнику выплачивается сумма, определенная договором страхования.

Субаренда — передача части арендованного имущества в аренду третьему лицу или группе лиц.

Субсидия — форма безвозвратного, как правило, частичного финансирования экономической деятельности.

Субъект Российской Федерации — республика, край, область, округ в составе Российской Федерации.

Субъект экономической, хозяйствующий — физическое или юридическое лицо, осуществляющее экономическую, хозяйственную деятельность.

Счет — документ, в котором отражается движение денежных средств от одного лица к другому, между разными юридическими и физическими лицами. Счет выписывает продавец покупателю.

Сырье — добытые полезные ископаемые и другие природные ресурсы, а также произведенные из них материалы, подлежащие дальнейшей переработке.

Таможенная пошлина — денежные сборы, взимаемые таможенными с проводимых через государственную границу товаров по ставкам таможенного тарифа.

Таможенный тариф — систематизированный свод таможенных пошлин с наименованием облагаемых и необлагаемых ими товаров и указанием ставок и таможенной пошлины на единицу данного товара, а также перечнем товаров, запрещенных к ввозу, вывозу и транзиту.

Тариф — величина, ставка денежной оплаты за услуги, предоставляемые гражданам и предприятиям со стороны государства, коммерческих организаций, компаний, фирм.

Текущий счет — вид вкладов в банки, с которых вкладчик может получать деньги по мере необходимости и в необходимых ему суммах без предварительного уведомления о снятии средств или пополнении их в любое время.

Темп прироста — отношение прироста величины экономического показателя за определенный период времени к его исходному уровню.

Тендер — конкурсные торги между несколькими фирмами на поставку товаров, строительство объектов, выполнение других работ. С фирмой, представившей лучший вариант (по стоимости, срокам и др.), заключается соответствующий договор.

Теневая экономика — условное наименование экономических процессов, которые не афишируются, скрываются их участниками, не контролируются государством и обществом, не фиксируются официальной статистикой.

Товар — объект купли-продажи.

Товарный знак — обозначение, способное отличить соответствующие товары и услуги одних предприятий от однородных товаров и услуг других предприятий.

Товарооборот — организационно-количественная сторона реализации товаров, выражающаяся в виде конкретных форм движения товаров от продавца к покупателю и стоимостной оценки и объемов продаж (товарооборот розничный, оптовый, внешнеторговый); один из важнейших показателей, характеризующий масштабы товарного обращения.

Торги — широко распространенная форма торговли, при которой заключению торговой сделки между продавцом и покупателем предшествуют переговоры в виде торга по поводу цены товара.

Торговые скидки (накидки, наценки) — часть розничной цены товара, предназначенная для возмещения издержек обращения и образования прибыли розничных торговых предприятий; представляет собой разницу между оптовой и розничной ценой.

Труд — осознанная, целесообразная деятельность людей, требующая значительных затрат физической и умственной энергии, осуществления работы, завершающейся полезным, нужным результатом.

Трудоемкость — затраты рабочего времени на производство единицы продукции. Трудоемкость обратно пропорциональна производительности труда.

У

Убыточность предприятия — финансовое состояние, финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятия, характеризующиеся тем, что в течение определенного времени денежные поступления не компенсируют расходы, не образуют прибыль, увеличивается долг.

Уровень жизни — уровень благосостояния населения, степень удовлетворения основных жизненных потребностей людей. Уровень жизни определяется количеством и качеством потребляемых товаров и услуг, условиями труда и жизни людей, денежными доходами.

Услуги — виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта.

Устав — свод правил, регламентирующих деятельность предприятий, организаций, учреждений (например, товариществ, обществ с ограниченной ответственностью, акционерных обществ и т.д.).

Уставный капитал — вклад владельцев предприятия, компаний, фирм, определяющий их долю в ее собственности.

Учредители — организаторы дела, основатели фирмы, акционерного общества; физические и (или) юридические лица, создающие новую организацию, акционерное общество по собственной инициативе и привлекающие к участию в нем вкладчиков капитала.

Учредительская прибыль — разница между курсовой стоимостью акций и суммой реально вложенного в предприятие капитала, присваиваемая учредителями акционерного общества; получают как путем выпуска акций на величину, превышающую вложенный в предприятие капитал, так и за счет превышения биржевого курса акций над номиналом.

Ф

Факторы производства — используемые в производстве ресурсы, от которых зависит результат деятельности, выпуск продукции. К факторам производства относятся: земля, труд, капитал и предпринимательская активность.

Физическое лицо — гражданин, участвующий в какой-либо деятельности. К физическим лицам относят граждан данной страны, иностранных граждан, лиц без гражданства, которые действуют в экономике в качестве самостоятельных фигур, обладают правом лично проводить хозяйственные операции с другими физическими лицами, вступать в отношения с юридическими лицами.

Финансовые ресурсы — совокупность всех видов денежных средств, финансовых активов, которыми располагает экономический субъект.

Фирма — основной экономический агент рыночной экономики; наиболее общее название предприятия, компании, коммерческой организации, осуществляющих предпринимательскую деятельность.

Фондовая биржа — организационная форма регулярно действующего рынка, на котором продаются и покупаются ценные бумаги (акции, облигации, сертификаты, опционы и др.); представляет собой производный (втор-

ричный) рынок ранее выпущенных ценных бумаг, способствует мобилизации свободных денежных средств и переливу капитала из одних сфер его приложения в другие.

Фондовый рынок — рынок акций, облигаций и других ценных бумаг.

Форс-мажор — непредсказуемое событие, не зависящее от действия сторон, участвующих в сделке, но ведущее к нарушению договорных обязательств, например стихийное бедствие, военные действия и т. п.

Франко — условие продажи, когда продавец обязуется доставить товар в определенное место и за свой счет.

Фрахт — плата за перевозки грузов морем или другим водным путем; плата за наем судна.

Франчайзинг — смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации, родительские компании (франчайзеры) заключают договор с мелкими фирмами-посредниками (франчайзи) на право, привилегию действовать от имени франчайзера. При этом мелкая фирма обязана осуществлять свой бизнес только в форме, предписанной большой фирмой. В свою очередь франчайзер обязуется снабжать франчайзи товарами, технологией, оказывать всяческое содействие в бизнесе.

Фьючерсная сделка — срочная сделка по покупке или продаже биржевого контракта на поставку товара по цене, зафиксированной в момент заключения сделки. Такие сделки заключаются с унифицированными условиями и сроками поставки. Большинство фьючерсных сделок не предусматривает реальной поставки товара и используется в целях страхования и спекуляции.

Х

Холдинг — компания, в состав активов которой входят контрольные пакеты акций других предприятий, которые становятся по отношению к холдингу дочерними предприятиями.

Ц

Цена — количество денег, за которое покупатель готов купить, а продавец согласен продать единицу товара. Цена — это стоимость единицы товара, выраженная количеством денег, которое приходится платить при покупке товара.

Ценные бумаги — денежные или товарные документы, имеющие юридическую силу, составленные по установленной форме и дающие их владельцам установленные применительно к данной бумаге имущественные права и право на получение определенных денежных сумм. В современном бизнесе наиболее распространенные виды ценных бумаг — это акции, облигации, векселя.

Центральный банк — главный государственный банк страны, наделенный особыми функциями: правом эмиссии денежных знаков и регулирования деятельности коммерческих банков. Центральный банк является «банком банков», органом, помогающим государству, правительству налаживать денежное обращение, управлять бюджетом.

Ч

Частная собственность — собственность граждан или юридических лиц, означающих их право владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом.

Чек — один из распространенных видов денежных документов, во многом заменяющий деньги. Чек — это безусловное, обязательное для исполнения распоряжение, приказ чекодателя (лица, выписавшего чек) банку о выплате получателю, держателю чека (лицу, которому выдан чек) указанной в чеке суммы денег.

Чистая прибыль — прибыль, полученная предприятием за определенный период, за вычетом налогов и других отчислений.

Ш

Штраф — денежное взыскание, накладываемое на одну из сторон сделки за нарушение ею договорных обязательств; принудительная уплата в бюджет денежных средств гражданами или предприятиями.

Э

Экономика — 1) хозяйство, совокупность средств, объектов, процессов, используемых людьми для удовлетворения потребностей путем создания «необходимых человеку благ, условий и средств существования с применением труда»; 2) наука о хозяйстве, способах его ведения людьми, об отношении между людьми в процессе производства и обмена товаров, о закономерностях протекания хозяйственных процессов.

Экономический рост — увеличение масштабов совокупного производства и потребления в стране, характеризуемое такими показателями, как валовой национальный продукт, валовой внутренний продукт, национальный доход.

Экспорт — вывоз за границу товаров, капитала, проданных иностранным покупателям, предназначенных для продажи на иностранных рынках или переработки в другой стране. К экспорту относят также перевозку товаров транзитом через другую страну и вывоз привезенных из другой страны товаров для продажи их третьей стране (реэкспорт).

Эластичность предложения — быстрота реакции совокупного предложения данного товара на изменение его цены; предложение может быть эластичным, если степень его увеличения выше роста цен, и неэластичным, если его прирост меньше роста цен.

Эластичность спроса — изменение совокупного спроса на данный товар под влиянием различных экономических и социальных факторов, связанных с изменением цен; спрос может быть эластичным, если процентное изменение его объема превышает снижение уровня цен, и неэластичным, если степень снижения цен выше прироста спроса.

Эмбарго — полный запрет торговых отношений с каким-либо государством или запрещение ввоза (вывоза) определенных товаров в конкретную страну.

Эмиссия — выпуск в обращение денег и ценных бумаг, денежных знаков во всех формах. Эмиссия денег означает не только печатание денежных знаков, но и увеличение всей массы наличных и безналичных денег в

обращении. Эмитентами ценных бумаг могут быть государство, кредитные учреждения, акционерные компании.

Эффект — результат какой-либо деятельности.

Эффективность — соотношение между результатами и затратами, произведенными для достижения этих целей.

Ю

Юридическое лицо — организация, учреждение, предприятие, фирма, выступающие в качестве единого, самостоятельного носителя прав и обязанностей.

Я

Ярмарка — крупный регулярный, обычно ежегодный рынок товаров массового потребления, на котором сосредоточены и демонстрируются разнообразные товары для ознакомления с ними потенциальных покупателей и заключения оптовых торговых сделок по выставленным образцам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Альтшулер И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа / И. Г. Альтшулер. — М. ; СПб. : Вершина, 2006.

Бизнес-планирование / под ред. В. М. Попова, С. И. Ляпунова. — 2-е изд. — М. : Финансы и статистика, 2008.

Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет / М. А. Вахрушина. — М. : Омега-Л, 2007.

Волгин В. В. Открываю микропредприятие : учеб. пособие / В. В. Волгин. — М. : Дашков и К, 2008.

Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I и II. — М. : Инфра-М; Норма, 2007.

Малые и средние предприятия. Управление и организация : пер. с нем. / [под ред. И. Х. Пихлера и др.]. — М. : МО, 2007.

Маслова В. М. Управление персоналом предприятия / В. М. Маслова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

Менеджмент малого бизнеса : учебник / под ред. М. М. Максимова, В. Я. Горфинкеля. — М. : Вузовский учебник, 2007.

Новиков В. А. Толковый словарь по рыночной экономике / В. А. Новиков. — М. : Экономистъ, 2007.

Петров К. Н. Как разработать бизнес-план : практ. пособие с примерами / К. Н. Петров. — М. : Вильямс, 2007.

Предпринимательство / под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка, В. А. Швандара. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

Предпринимательство : учебник / М. Г. Лапуста, А. Г. Поршнев, Ю. Л. Старостин, Л. Г. Скамай. — 4-е изд. — М. : ИНФРА-М, 2007.

Экономика в вопросах и ответах : учеб. пособие / под ред. И. П. Николаевой. — М. : Проспект, 2008.

Экономика предприятия : учебник для вузов / под ред. В. Я. Горфинкеля. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

Юданов А. Ю. Опыт конкуренции в России : причины успехов и неудач / А. Ю. Юданов. — М. : ИНТРАСТ : КНОРУС, 2007.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	4
Глава 1. Сущность экономики	6
1.1. Основные понятия.....	6
1.2. Этапы развития экономической науки.....	9
1.3. Экономика как совокупность отраслей. Макро- и микроэкономика	12
1.4. Воспроизводство экономического продукта	14
1.5. Различные экономические системы.....	16
1.6. Экономическая система России.....	20
Глава 2. Субъекты, объекты и отношения собственности в экономике	25
2.1. Сущность понятия «собственность». Экономические и юридические аспекты собственности	25
2.2. Формы собственности. Перестройка отношений собственности в нашей стране	27
2.3. Понятие и сущность приватизации.....	29
Глава 3. Механизм рыночной экономики.....	34
3.1. Возникновение, структура и функции рынка	34
3.2. Рыночная цена. Законы спроса и предложения.....	37
3.3. Конкуренция и монополия.....	41
3.4. Противоречия рынка. Экономические кризисы	46
Глава 4. Денежное обращение	50
4.1. Деньги, их происхождение и сущность	50
4.2. Цены и их функции. Механизм ценообразования, виды цен.....	55
4.3. Инфляция: сущность, причины, последствия	59
Глава 5. Производство и потребление в макроэкономическом представлении.....	65
5.1. Общественное производство и его экономические результаты	65
5.2. Труд как главный фактор производства. Производительность труда	68
5.3. Потребление и потребительский выбор. Концепция предельной полезности.....	75

5.4.	Регулирование макроэкономики	80
Глава 6.	Предпринимательство и его место в современной экономике	88
6.1.	История возникновения и сущность предпринимательства.....	88
6.2.	Современные формы предпринимательской деятельности в России.....	94
6.3.	Регистрация, лицензирование и прекращение предпринимательской деятельности.....	101
6.4.	Маркетинг как основа исследования рыночных возможностей предпринимателя.....	105
6.5.	Место управления в предпринимательской деятельности. Менеджмент	111
Глава 7.	Экономика малого предприятия.....	119
7.1.	Роль малого предпринимательства в развитии экономики и его организационно-экономические особенности	119
7.2.	Система поддержки малого предпринимательства.....	123
7.3.	Основные экономические показатели деятельности малого предприятия	129
7.4.	Разработка бизнес-плана малого предприятия	136
7.5.	Формы сотрудничества малых предприятий с другими предприятиями.....	140
Глава 8.	Финансы и расчеты в бизнесе	151
8.1.	Финансы и финансовая система.....	151
8.2.	Банки. Система российских банков и ее роль в экономическом развитии предприятий.....	155
8.3.	Организация финансирования предпринимательской деятельности и взаимодействие предпринимателей с кредитными организациями	159
8.4.	Основные формы расчетов в предпринимательстве	163
8.5.	Финансово-экономическая деятельность малого предприятия: учет, анализ финансово-хозяйственной деятельности и налогообложение.....	165
Глава 9.	Внешнеэкономические связи и мировая экономика.....	179
9.1.	Сущность внешнеэкономической деятельности и ее государственное регулирование	179
9.2.	Международное экономическое сотрудничество.....	184
9.3.	Международная валютно-кредитная система.....	187
	Приложение	192
	Словарь экономических терминов	196
	Список литературы	216

Учебное издание

Череданова Людмила Николаевна

Основы экономики и предпринимательства

Учебник

Редактор *Н. В. Шувалова*

Технический редактор *Н. И. Горбачева*

Компьютерная верстка: *О. В. Пешкетова*

Корректоры *А. П. Сизова, Л. В. Гаврилина*

Изд. № 112103578. Подписано в печать 25.04.2013. Формат 60×90/16.
Гарнитура «Балтика». Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 14,0.
Тираж 2 000 экз. Заказ № С-1389.

ООО «Издательский центр «Академия». www.academia-moscow.ru

129085, Москва, пр-т Мира, 101В, стр. 1.

Тел./факс: (495) 648-0507, 616-00-29.

Санитарно-эпидемиологическое заключение № РОСС RU. АЕ51. Н 16474 от 05.04.2013.

Отпечатано в полном соответствии с качеством
предоставленного электронного оригинал – макета
в типографии филиала ОАО «ТАТМЕДИА» «ПИК «Идел – Пресс».
420066, г. Казань, ул. Декабристов, 2.
E – mail: idelpress@mail.ru



Издательский центр «Академия»

*Учебная литература
для профессионального
образования*

**Предлагаем
вашему вниманию
следующие книги:**

О. Н. ТЕРЕЩЕНКО

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

Объем 176 с.

В учебнике приведен теоретический материал, который поможет всесторонне изучить экономику как сферу общественной жизни людей и как науку. Доступная форма изложения важнейших экономических процессов и понятий, наличие схем, диаграмм и статистической информации позволят эффективнее познать основы функционирования экономики в мировом масштабе и на уровне отдельного субъекта хозяйствования.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

О. Н. ТЕРЕЩЕНКО

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ: РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

Объем 80 с.

В учебном пособии выполнение заданий позволит на практике отработать и закрепить теоретические знания, полученные в процессе изучения дисциплины «Основы экономики». Выполнение практических заданий поможет формированию навыков самостоятель-

ных экономических расчетов, планирования личного и семейного бюджета, грамотного подхода к организации бизнеса.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

Н. Ю. ИВАНОВА

ОСНОВЫ АУДИТА

Объем 192 с.

Данное учебное пособие предназначено для изучения предмета «Основы аудита» и является частью учебно-методического комплекта по профессии «Бухгалтер». В учебном пособии изложены правовые и экономические основы аудита. Рассмотрены основные этапы аудиторских проверок, требования к документальному оформлению, особенности проверки учредительных документов, формирования уставного капитала, статей бухгалтерского баланса. Приведены контрольные вопросы для самопроверки; тесты и ситуационные задачи для закрепления теоретического материала.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

Н. Ю. ИВАНОВА

ОСНОВЫ АУДИТА: ПРАКТИКУМ

Объем 96 с.

Данное учебное пособие предназначено для изучения предмета «Основы аудита» и является частью учебно-методического комплекта по профессии «Бухгалтер». Учебное пособие содержит задания, направленные на закрепление знаний по правовым и экономическим основам аудита, формирование умений и навыков по организации и технологии аудита, проверке отдельных видов хозяйственных операций, документальному оформлению аудиторских проверок. Представлены тесты, ситуационные задачи и контрольные вопросы по каждой теме.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

И. И. КУЗНЕЦОВА

ОСНОВЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Объем 272 с.

Данное учебное пособие предназначено для изучения предмета «Основы рыночной экономики и предпринимательства» и является частью учебно-методического комплекта по профессии «Повар, кондитер». В учебном пособии рассмотрены правовые и экономические основы предпринимательской деятельности, особенности систем налогообложения, порядок государственной регистрации юридических лиц и предпринимателей без образования юридического лица. Представлен материал, описывающий поэтапное развитие собственного дела начинающим предпринимателем.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

Н. Г. МАТЮШЕНКОВА

ОСНОВЫ ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ФИНАНСЫ

Объем 128 с.

В учебном пособии рассмотрены сущность, функции и виды денег. Дано понятие денежного обращения и денежной массы, денежной системы и ее элементов. Раскрыты сущность инфляции, ее виды, типы и формы проявления. Изложены основы финансовой системы, финансов предприятий и государственных финансов. Освещены вопросы налоговой политики, организации страхования и рынка ценных бумаг в Российской Федерации.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

В. А. ОДИНЦОВ

АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Объем 256 с.

Данное учебное пособие предназначено для изучения предмета «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия» и является частью учебно-методического комплекта по профессии

«Бухгалтер». В учебном пособии кратко изложена теория экономического анализа, затронуты проблемы реструктуризации предприятия. Рассмотрены проблемы анализа эффективности использования материальных и трудовых ресурсов, эффективности использования основных средств, производства и реализации продукции как в стоимостном, так и натуральном выражении. Особое внимание уделено анализу финансовых результатов, оценке финансового состояния и деловой активности предприятия.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

В. А. ОДИНЦОВ

АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРАКТИКУМ

Объем 208 с.

Данное учебное пособие предназначено для изучения предмета «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» и является частью учебно-методического комплекта по профессии «Бухгалтер». Практикум содержит краткий теоретический материал по основным темам предмета, примеры решения типовых задач, задания для самостоятельного решения, комплексные тесты для контроля усвоения материала и варианты контрольных работ. В приложениях представлены таблицы вариантов задач и тестов, различающихся как исходными данными, так и характером выводов.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

О. И. СЕМИБРАТОВА

БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

Объем 224 с.

В учебнике приведены сведения о Сбербанке России и его месте в кредитной системе России. Рассмотрены системы операций банка и обслуживание населения. Дан краткий словарь банковских терминов. Освещены правовые основы банковской деятельности.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.



Издательский центр «Академия»

*Учебная литература
для профессионального
образования*

Наши книги можно приобрести (оптом и в розницу)

Москва:

129085, Москва, пр-т Мира, д. 101в, стр. 1
(м. Алексеевская)
Тел.: (495) 648-0507, факс: (495) 616-0029
E-mail: sale@academia-moscow.ru

Филiales:

Северо-Западный

194044, Санкт-Петербург, ул. Чугунная,
д. 14, оф. 319
Тел./факс: (812) 244-92-53
E-mail: spboffice@acadizdat.ru

Приволжский

603101, Нижний Новгород, пр. Молодежный,
д. 31, корп. 3
Тел./факс: (831) 259-7431, 259-7432, 259-7433
E-mail: pf-academia@bk.ru

Уральский

620142, Екатеринбург, ул. Чапаева, д. 1а, оф. 12а
Тел.: (343) 257-1006
Факс: (343) 257-3473
E-mail: academia-ural@mail.ru

Сибирский

630009, Новосибирск, ул. Добролюбова, д. 31, корп. 4, а/я 73
Тел./факс: (383) 362-2145, 362-2146
E-mail: academia_sibir@mail.ru

Дальневосточный

680038, Хабаровск, ул. Серышева, д. 22, оф. 519, 520, 523
Тел./факс: (4212) 56-8810
E-mail: filialdv-academia@yandex.ru

Южный

344082, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская,
д. 10/65
Тел.: (863) 203-5512
Факс: (863) 269-5365
E-mail: academia-UG@mail.ru

Представительства:

в Республике Татарстан

420034, Казань, ул. Горсоветская,
д.17/1, офис 36
Тел./факс: (843) 562-1045
E-mail: academia-kazan@mail.ru

в Республике Дагестан

Тел.: 8-928-982-9248

www.academia-moscow.ru