

Дмитрий Ардашев

Экономическая вершина или этап?



Дмитрий Ардашев Экономическая вершина или этап?

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73182558

SelfPub; 2026

Аннотация

Рассуждения о проблемах существующей экономической системы и очертания альтернативной, что в теории могло бы исправить многие ее недостатки.

Дмитрий Ардашев

Экономическая вершина или этап?

Предисловие

Уважаемый читатель. Огромная благодарность тебе за то, что ты заинтересовался данной книгой. Это не результат труда популярного экономиста или опытного автора, а всего лишь результат многолетних наблюдений, размышлений, обсуждений о том, что нас окружает, как все это сформировалось и к чему все это ведет. Несомненно, такие разговоры периодически могут возникать в жизни разных людей, но, как правило, они касаются достаточно узких аспектов нашего «сегодня» и не покидают пределы узкого круга лиц. В таком случае весь смысл размышлений о лучшем завтра теряется, ведь ни к чему это в конечном счете не приведет, и никаких глобальных изменений «сегодня» от этих разговоров не будет.

Хотя, может быть, и не надо? Может объективных причин что-то менять просто нет, а все размышления о возможности что-то улучшить не более, чем частная неустроенность из-за собственных ошибок и просчетов отдельных людей?

В данной книге мы постараемся затронуть как можно больше различных сфер человеческой деятельности и, на-

сколькo возможно объективно, рассмотреть все положительное и отрицательные стороны современной хозяйственной деятельности человека. Говоря о хозяйственной деятельности, будет рассмотрено очень усредненное понятие экономики, ведь в различных странах есть огромное число своих особенностей, но сам базис – рыночные отношения, существует, в том или ином виде, во всех существующих на сегодня странах.

Целью данной книги является вовсе не рассказать, как должно быть. Мы рассмотрим плюсы и минусы разных аспектов хозяйственной деятельности и поразмышляем как их можно было бы решить. Но надо понимать, что помимо объективных факторов существуют еще и субъективные, а значит, казалось бы, продуманная теория на практике может разбиваться о социальные или иные барьеры общества. В своих экономических теориях их создатели стараются учитывать этот аспект. Но они опираются, в первую очередь, на свой жизненный опыт, на мировоззрение собственное и своего окружения, что не может отразить всю широту человеческих взаимоотношений. Необходимо любую теорию пробовать на практике, в том числе и в различных масштабах, потому как что-то может отлично работать до определенного уровня масштабирования, а после сильно снижать эффективность.

Автор не ставит свое видение как абсолютное и точное, но надеется подогреть процесс обсуждения того, как сделать

хозяйственную систему эффективнее и натолкнуть на полет мысли или даже действия других людей, в надежде на улучшения в тех сторонах современной экономики, которые являются проблемными.

Проверить свои теории – это отдельная проблема. Ее мы тоже рассмотрим в этой книге. Но течение времени, рано или поздно, не просто даст возможность, а заставит что-то менять. А значит, чем больше людей примут участие в этом процессе – тем выше вероятность создать что-то эффективное.

Книга может опираться на статистические данные или исследования. В случае любых сомнений их объективности можно найти все данные в сети Интернет, но рекомендуется брать во внимание только признанные статистические и экономические работы. Ничем не подкрепленные мнения лучше пропускать через логический анализ и критическое мышление.

Приятного чтения! Анализируйте, критикуйте, размышляйте, придумывайте лучше и делитесь этим с остальными!

Очень краткая история

Говоря о хозяйственной системе сегодня, просто невозможно обойтись без очень краткого экскурса в историю развития экономики как таковой. Развитие хозяйственной системы происходило вместе с развитием социальных отношений и, самое главное в рамках данной книги, производительности труда. Пока группа лиц сама обеспечивает себя всем

необходимым, то есть убежищем, едой и простейшей одеждой – никаких экономических отношений просто не существует, ввиду отсутствия необходимости. Но когда развитие производительности труда позволяет создавать излишки и дает возможность обмена между людьми и группами лиц, тогда и появляются первые экономические отношения в виде прямого обмена, бартера.

Технологии развиваются, производительность труда возрастает многократно, что, во-первых, приводит к высвобождению значительной группы людей из производства благ. Во-вторых, делает бартер крайне неудобным для сложной цепочки товарного обмена, что приводит к появлению денег.

Разумеется, все это вносит огромные изменения во взаимоотношения людей и сильно усложняет цепочку экономических отношений, а также углубляет необходимость каждого человека в участии в этой экономической системе. Общественные отношения строго иерархические. Общество и экономическая система сначала опираются на рабский труд, но затем находят более эффективную форму принуждения в виде феодальной системы взаимоотношений.

Все значительно изменяется, когда для резкого повышения производительности труда требуется повсеместное повышение образованности. В этот момент старая феодальная система становится неэффективна, и на смену ей приходит рыночная система и решает целый ряд проблем, вовлекая в экономический процесс значительную часть населения, поз-

воля с большей вероятностью реализоваться людям любого происхождения, мотивируя на повышение эффективности в экономической деятельности и так далее.

Конечно, рыночная система не раз менялась в связи с различными вызовами. Преодолевая трудности, появлялись различные инструменты ценового, трудового, налогового, кредитного регулирования и многого другого. В своей базе, тем не менее, система остается прежней. Именно ее мы и будем рассматривать, ее сильные и слабые стороны, что происходит сейчас, и к чему может привести, что можно сделать? Является ли это вершиной, последней формой общественно-экономических взаимоотношений?

Рассмотренные периоды очень условны. Если смотреть более подробно, это развитие можно увидеть значительно лучше, но книга не об истории экономических отношений, а об ее настоящем.

Основная мысль этой короткой главы в том, что экономические отношения не статичны, они развиваются вместе с историческими вызовами и на них значительно влияет развитие хозяйственной системы. Главным же толчком для этих изменений всегда было развитие производительности труда.

Вызовы настоящего времени

В этой главе мы рассмотрим вызовы, которые стоят перед нашей экономической системой сегодня. Почему еще не все на планете обеспечены, и виновата ли в этом система? Придем ли мы к всеобщему довольству без серьезных изменений

экономической теории? Что делается сейчас?

С какими-то главами, или даже со всеми сразу, кто-то может быть не согласен, и это замечательно. Фантазируйте, критикуйте, размышляйте! В конечном счете это и есть цель всей книги.

Монополизация

То, что рынок стремится к монополизации, было предсказано еще до появления проблем от этого его свойства. С одной стороны, монополизация несет объективную пользу в повышении эффективности процесса производства или оказания услуг. При большем масштабе эффективность любой экономической деятельности значительно возрастает. На раннем этапе развития рыночных отношений монополизация скорее благо. Ведь как в известном всем экономистам примере с двумя кофейнями, именно та, где готовят более вкусный кофе привлечет к себе больше клиентов, разорит и поглотит своего соседа, предоставляя населению лучший сервис.

Темная сторона монополизации раскрывается в ценообразовании. Как известно в рыночной экономике, цена формируется из кривой спроса и предложения. Но что, если кривая предложения лишается или почти лишается конкурентов? В этом случае цена завышается в разумных пределах, когда снижающийся спрос покрывается с запасом увеличенной прибылью с каждой продажи.

Еще более страшной монополизация может быть в сфе-

рах, где товар является товаром первой необходимости. У товаров первой необходимости в случае монополизации понятие разумных пределов повышения цены сильно выше.

В рыночной экономике для предотвращения монополизации есть конкуренция. То есть, если цена на какой-то товар из-за дефицита его или вследствие монополизации повышается, и его производство становится выгодным, то предприниматели включатся в эту выгодную сферу. И тем самым дефицит (или монопольное положение) будет устранено.

Эта саморегуляция рынка прекрасно работает на небольших масштабах, но испытывает огромные трудности на крупных. Ведь крупные предприятия, при прочих равных, будут значительно эффективнее небольших. И зачастую возникает парадоксальная ситуация, когда крупные предприятия завышают цены. А небольшие предприятия из-за более высоких издержек едва сводят концы с концами даже при этой цене, для них она занижена. В разных сферах степень этой проблемы может различаться. Но общее правило, что более крупные предприятия будут эффективнее небольших, будет работать везде. При этом даже не рассматривается ситуация о создании таких небольших предприятий в кредит, так как там положение с себестоимостью будет еще хуже.

Еще более сложная ситуация возможна в высокотехнологичных сферах, где для создания производства в принципе требуются огромные затраты, рынок уже занят, и зайти туда крайне сложно. Более того, даже в случае выделения

крупных, как правило, государственных вложений в организацию такого производства, его создание требует значительного времени. Монополист продолжал развивать свою технологию, получая при этом прибыль от старых разработок, в отличие от нового игрока, который тратит деньги на разработки, но не может их продавать в связи с их отсталостью. Создать новую конкуренцию в таких условиях крайне сложно, а для всей хозяйственной системы это ведет к значительной и часто пустой трате ресурсов.

На государственном уровне в различных странах методы борьбы с монополизацией могут различаться. Но в рынке общепринятыми мерами являются поддержка небольших предприятий (как правило, налоговая), прямой контроль или даже национализация естественных монополий, контроль за ценообразованием и за слияниями крупных компаний.

Их эффективность может различаться в зависимости от разных факторов, но данные по миру показывают постоянную постепенную монополизацию мировой экономики. Хорошо это или плохо?

Вопрос может показаться странным, ведь это как раз считается темной стороной рыночной экономики. В то же время укрупнение предприятий, планирование их экономической деятельности и повышение их эффективности – это все естественный экономический процесс. Это повышение эффективности всей мировой хозяйственной системы в целом.

Подвох здесь в том, что конкретно в рыночной экономике, если не регулировать ценообразование в таких монополиях, цена на товары очень скоро превысит все разумные пределы, особенно в сфере товаров первой необходимости и высокотехнологичных сферах. То есть возникнет ситуация, когда эффективность хозяйственной системы в виде использования ресурсов растет, а благосостояние большинства населения при этом падает. А регулирование цен в монополиях может быть непростой задачей, особенно в условиях, когда лоббирование интересов крупных компаний становится нескрываемой нормой.

Если подвести итоги, то исходя из мировой статистики проблема монополизации есть и усугубляется. При этом монополизация, как процесс, вроде бы логична и несет благо. В этом и возникает парадоксальная ситуация, когда для развития хозяйственной системы в целом нужна централизация ресурсов и увеличение масштабов производства, но в рамках рынка нужно этот процесс контролировать и даже препятствовать ему.

Производство потребления

В существующей экономической системе необходимостью приобретения какого-либо товара или услуги часто может являться не потребность человека из классического понимания, отраженная в знаменитой пирамиде Маслоу. По-

требность стимулируется или даже создается искусственно через множество маркетинговых уловок, напрямую играющих с психологией человека.

Для современной хозяйственной системы это один из важнейших аспектов экономического роста. Если бы вдруг все люди на планете решили приберечь деньги и не тратить их ни на что – все предприятия во всем мире разорились бы, потому что не смогли бы сбыть свою продукцию. Значит нужны эффективные способы стимулирования бесконечного спроса.

Объективными причинами необходимости такого стимулирования является повышение уровня жизни всего населения от кратного повышения производительности труда. Лишь нижние уровни потребностей человека являются жизненно необходимыми и без любого стимулирования будут существовать в потреблении любого человека. Но теперь значительная часть населения без труда может обеспечить свои базовые потребности, и у них останется возможность на потребности более высокого уровня. Если бы все население тратило все свои средства только на самое необходимое, такое стимулирование было бы просто бессмысленно.

Темной стороной производства потребления является то, что зачастую это стимулирование играет далеко не на лучших сторонах человеческой психологии, создавая чрезмерное потребление, которое в некоторых случаях может негативно отразиться на психологии или физическом здоровье

человека.

Здесь лучше будет привести конкретные примеры. Предположим, что человек под воздействием удачной рекламы, что быстро перерастает в общественные нормы, купит дорогой телефон. При этом он использовал ощутимую часть своего домашнего бюджета, несмотря на отсутствие интереса к значительной части функций этого дорогого устройства. С одной стороны, он получит удовлетворения из-за социального соответствия, а с другой стороны из-за значительного снижения возможностей приобретения других благ его возможности полноценного отдыха или даже полноценного разнообразного питания могут снизиться и привести к каким-либо проблемам. Кроме того, после выхода новой модели этого телефона удовлетворение от социального соответствия пропадет, когда она появится у твоего знакомого.

Совсем уж грубым, но тем не менее очень жизненным примером, можно назвать чрезмерное потребление пищи с высоким содержанием простых углеводов или жиров. Конечно, хотелось бы верить, что не так много людей попадет на красивые образы рекламы быстрого питания и прочие побуждения современного маркетинга, но такие люди, несомненно, найдутся. Очевидно, что рынок как таковой не заинтересован в правильном потреблении людей в сфере питания, комфорта или социальной реализации.

Можно приводить и другие примеры, но этого достаточно для очертания общих принципов. Существующая хозяй-

ственная система заинтересована в том, чтобы создать потребление на все, что в ней создается. При этом лучшее удовлетворение реальных потребностей людей не является главным фактором, не используемый или используемый крайне редко функционал приобретений далеко не редкость в современном мире.

В настоящее время в рамках государственного контроля следят за объективностью преподносимой в рекламе информации. Проблема в том, что в настоящее время в рекламе не говорят о характеристиках товара, так что этот контроль часто абсолютно бесполезен. Современный маркетинг напрямую направлен на психологию человека, работает через образы и, как говорят сами маркетологи: «Мы продвигаем не товар, а образ жизни».

Если подвести итоги, то при системе производства потребления повышается нагрузка на природные и трудовые ресурсы как из-за наличия самой такой системы, так и по причине избыточного потребления ведомой маркетингом части людей. Причем это не всегда приводит к улучшению качества потребления людей, а зачастую может приводить просто к смещению его акцентов в рекламируемые стороны, не все из которых могут влиять на жизнь человека положительно.

Дефицит и перепроизводство

Современная экономическая система появлялась как саморегулирующаяся. И в этом был ее огромный плюс, ведь

она вовлекала в себя огромное количество участников, которые как раз своей деятельностью и создавали эту регуляцию.

Тем не менее, как уже упоминалось ранее, чем сложнее становились технологии производства, чем крупнее становились производственные предприятия – тем меньшую эффективность показывала такая система. В настоящее время существует большое количество способов регуляции и планирования как на государственном уровне, так и внутри предприятий. Но рынок все равно еще достаточно хаотичен, и существуют постоянные случаи чрезмерного или недостаточного производства некоторых благ.

Небольшой дефицит или перепроизводство рынок ликвидирует достаточно эффективно благодаря ценообразованию. Так, повышая цену на дефицитную продукцию, снижается спрос на нее. А снижая цену на залежавшиеся товары, спрос повышается и позволяет избавиться от избытков. Далее, по классической теории, в сфере с высокой рентабельностью появляются новые производители, или расширяются производственные мощности, а в сфере с низкой рентабельностью происходит обратный процесс.

Другая ситуация будет в сфере дефицита у монопольных производителей, но мы рассматривали данные примеры выше. Также в высокотехнологичных сферах, даже без монопольного положения участников, зачастую может быть выгоднее не расширять производство в случае небольшого дефицита, а просто продолжать в тех же объемах производить

дефицитный товар с более высокой рентабельностью. В таких случаях в некоторых разумных пределах дефицит товара может существовать достаточно долго.

Существуют более радикальные сценарии, когда дефицит или перепроизводство значительно сильнее. При этом рыночные механизмы нормально отрегулировать этот процесс не смогут и, как результат, мы получаем товар острого дефицита, с ценой выше возможности большинства людей, или же прямое уничтожение товара в случае его сильного перепроизводства.

Наиболее знакома населению проблема острого дефицита объектов недвижимости, что для ряда стран является серьезной проблемой. При этом жилье является базовой потребностью человека и не может быть проигнорировано в потреблении. А значит этот процесс снижает комфортность жилья за счет уменьшения приобретаемых квадратных метров и снижает потребление других товаров, так как значительная часть домашнего бюджета уходит на обеспечение себя жильем. У этого явления много причин и с разной степенью эта проблема наблюдается в большинстве стран. В целом подобная ситуация на рынке вполне логична и главной причиной этого процесса является то, что недвижимость превращается в инвестицию, а инвестиции должны приносить деньги. Так что во многих странах этот дефицит зачастую поддерживается искусственно, чтобы поддерживать высокую рентабельность в этой популярной инвестиционной сфере.

Перепроизводство с уничтожением товара до сих пор в современном мире не редкость, хоть это зачастую не подается лишней огласке, так как населением ожидаемо встречается без энтузиазма. Основные сферы периодического уничтожения товара – производство продуктов питания и одежды. Для хозяйственной системы в целом уничтожение природных ресурсов и результата человеческого труда это очень болезненное явление.

Если подвести итоги, то в целом с небольшим дефицитом или перепроизводством рынок справляется очень хорошо, и это одна из его сильнейших сторон. Но из-за все усложняющегося процесса производства и естественного увеличения его масштабов, процесс саморегуляции рынка становится все затруднительнее. Также существуют сферы, где процесс появления новых конкурентных производств сильно усложнен в связи с технической сложностью и дефицит может становиться нормой на долгое время. Особенно это актуально для высокотехнологичных товаров, где появление на рынке нового игрока возможно только с огромными финансовыми вложениями и рисками. Также существует ряд сфер, где зачастую дефицит может поддерживаться намерено. Если же мы говорим про крайние проявления дефицита или перепроизводства, то они оказывают сильное негативное влияние как на потребление людей, так и на всю хозяйственную систему в целом, хотя в большинстве сфер это не такое частое явление.

Снижение качества товаров и услуг

Может показаться странным, что в условиях конкуренции вообще можно говорить о снижении качества, ведь по экономической теории для привлечения новых клиентов необходимо повышать качество товара или услуги, и тем самым быть лучше своих конкурентов. На практике это работает лишь в части случаев.

В современном мире более удачная компания производства потребления значительно важнее, чем характеристики самого товара или услуги. Кроме прочего находятся способы ухудшения качества товара или услуги без видимых на то изменений его свойств. Тем самым получается себестоимость товара ниже конкурентов, а значит и конкурентное преимущество.

Если опустить все подробности и немного упростить этот процесс, то есть две противоположные ветки маркетинговой компании на сегодняшний день. Первая – это повышение качества и маркетинг с акцентом на этом, ценовая категория будет значительно выше. Вторая – снижение качества и всяческое замалчивание об этом, рассчитанная уже на массовый рынок. Проблема же в том, что значительная часть населения не может позволить себе продукцию из первой группы. А раз она рассчитана на значительно меньший рынок, то значит и наценка на нее будет чрезвычайно высокой. Кроме этого, маркетинг с упором на качество товара не гарантиру-

ет это качество, а может быть лишь способом получить высокую наценку с низкой себестоимостью. Большая же часть населения живет в условиях маркетинга второй группы, когда объем продукции в упаковке незаметно становится меньше, горлышко зубной пасты шире, техника ломается быстрее из-за более дешевых материалов, заменяются некоторые продукты на более дешевые аналоги в полуфабрикатах и так далее.

В подобной среде обитания люди приспособляются. Появляются рейтинги, потребители становятся наблюдательнее в анализе состава продуктов или технических характеристик товара, стараются замечать хитрости в упаковке и прочее. Но получается это у людей с разным успехом, и сама система, что заставляет часть времени и потенциала людей тратить на подобное, не может быть эффективной по своей сути.

Ухудшение качества большинства товаров и услуг – это одна из самых негативных сторон конкурентного рынка, когда развитие технологий и знаний в психологии людей позволяет получать конкурентное преимущество от подобной деятельности и иногда даже выигрывать в конкурентной борьбе, когда выживают не лучшие продукты по своим качествам или характеристикам, а лучшие по работе с себестоимостью и маркетингу.

Основная борьба по работе с этим явлением ведется на государственном уровне. Сертификация, проверки качества, ГОСТы и прочее сдерживают этот процесс и могут работать

достаточно эффективно в рамках работы с самим товаром, но не в управлении поведением потребителей. Кроме прочего даже рейтинговая система на торговых площадках позволяет частично сдерживать этот процесс, но не останавливать его совсем.

Если подвести итоги, то ухудшение качества в целях получения конкурентного преимущества – вполне логичное продолжение рыночной конкуренции в условиях все усложняющегося производства, развития технологий и знаний о психологии потребителей. Существующие меры его сдерживания могут быть достаточно эффективны в условиях низкой коррупции и сознательности потребления большинства населения, но даже так этот процесс невозможно остановить совсем.

Неэффективность затрат на развитие технологий

С одной стороны, в момент появления рыночная экономика была на порядок эффективнее в вопросах развития технологий по сравнению со всем, что было ранее. Мотивация отдельных талантливых личностей на разработку чего-то для получения вознаграждения побудило огромное количество новых людей включиться в этот процесс. Это одна из главных причин того бурного развития технологий, что происходит в настоящее время.

С другой стороны, эффективность этого подхода значительно снижается с течением времени вместе с развитием этих самых технологий. Для разработки все большего коли-

чества прорывных технологий требуется коллективная работа множества людей, которым требуется значительная аккумуляция ресурсов в виде большого финансирования.

В современном мире это финансирование происходит за счет коммерческих компаний, в надежде первым разработать технологию и на какое-то время воспользоваться монопольным положением, а за счет высокой наценки окупить затраты на ее разработку. Фундаментальная же наука, пусть часто от ее открытий и отталкиваются исследования коммерческие, ложится на плечи общества в виде затрат государства на научные исследования. Ввиду не такой явной очевидности ее необходимости на фундаментальную науку ресурсов тратится кратно меньше, что не дает ей развиваться с должной скоростью.

Коммерческие же исследования в условиях конкуренции, по крайней мере в теории, должны показывать большую эффективность в частных случаях, так как ставка здесь – окупаемость всех затрат на исследования и дополнительная прибыль после, которая может быть очень значительной в некоторых случаях. Но из-за этой же конкуренции возникает ситуация, когда ресурсы на эти исследования не дополняют друг друга, а исследования могут происходить параллельно. Нарботки всех этих исследований не предоставляются конкурентам. Из-за этого, в зависимости от числа конкурирующих друг с другом разработок, эффективность такой науки может быть кратно ниже случая, если бы все ресурсы на раз-

работку аккумулировались и происходили сообща.

Если постараться выдумать частный пример, чтобы дать лучшее представление об этом процессе (специально возьмем нейтральный сказочный пример), то допустим, что 10 компаний разрабатывают живую воду. Компании конкурируют друг с другом, каждое предприятие давит на своих ученых и всячески старается ускорить процесс разработки, чтобы быть первым продавцом живой воды. В связи с этим постоянным давлением и явной заинтересованностью многих членов разработки само исследование идет на 50% быстрее, чем в случае отсутствия конкуренции. Но если бы все 10 компаний собрали все ресурсы вместе и осуществляли разработку совместно, то это ускорило бы разработку вплоть до 500%, если считать грубо математически.

Все цифры, как и сам пример, не более чем полет фантазии, просто показывающие суть этого процесса. Сфера, кадры, эффективность организации большого количества участников разработки и прочие факторы могут значительно отличаться друг от друга, и даже примерные цифры на конкретном примере были бы таким же гаданием. Здесь важно было показать логику этого процесса, ведь самую суть ускорения процесса разработки при вовлечении дополнительных ресурсов вряд ли кто-то сможет отрицать.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.