

Раздел 6. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.34

КАРЛ МАРКС И РОНАЛЬД КОУЗ: ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАРАЛЛЕЛЬ*Сафонова Ольга Викторовна (olga-s06@mail.ru)**ФГБОУ ВО «Ивановский государственный энергетический университет им. В.И.Ленина»*

Выделение представителями неоинституционального направления экономической мысли нового класса издержек (издержек совершения трансакций) поставило вопрос о реакции экономических агентов на их присутствие.

В статье выявлены условия, предпосылки, характеристики, объясняющие исторический процесс нарастания сложности и значимости трансакционных издержек, которые явились причиной того, что трансакционные издержки в настоящее время приобрели большое значение.

Доказано, что экономическая значимость и сложность трансакционных издержек возрастают по мере развития социально-экономических систем от простого товарного производства до современной экономики постиндустриального общества, в котором развитие любой экономической организации, будь то фирма, корпорация, банк или государственное учреждение, происходит под комбинированным воздействием ограниченной информации и рациональности, а также оппортунистического поведения в сочетании с условиями связанными со специфичностью активов.

В эпоху К. Маркса капитализм выступал как самоподдерживающаяся рыночная система; в современных условиях самоорганизация рынка, решая широкий круг проблем развития, взаимодействует с государственным регулированием, которое, в свою очередь, обеспечивает иные аспекты развития. В этом случае вполне естественен рост трансакционных затрат.

В статье показано, что в современных условиях российские предприятия функционируют в обстановке высокой нестабильности, как экономической, так и законодательной. Глубокие преобразования, произошедшие в отечественной экономике за последние годы, специфика нашего переходного периода к рыночным отношениям создают дополнительные сложности для выживания предприятий в такой ситуации.

Делается вывод о том, что в условиях информационного общества более конкурентоспособными являются те компании, которые стремятся к созданию долгосрочного предпочтения потребителей к своему товару и за счет оптимизации цены взаимодействия, реализуют принципы снижения трансакционных издержек.

Ключевые слова: трансакционные издержки, чистые издержки обращения, дополнительные издержки обращения, сфера производства, сфера обращения, сфера потребления, издержки производства, издержки потребления, воспроизводство, совершенная конкуренция, несовершенная конкуренция, институционализм, неоинституциональная экономика, трансакционный сектор, институты, теория контрактов, рыночная сделка.

Экономическая теория в период домонополистического капитализма обходилась без понятия трансакционных издержек, что было равносильно молчаливому предположению о том, что любые взаимодействия между экономическими агентами совершаются гладко и мгновенно, без малейших трений и затрат.

Современная рыночная экономика не может обходиться без понятия трансакционных издержек, так как любые взаимодействия между экономическими агентами совершаются не гладко и не мгновенно, требуют определенных затрат (трансакционных издержек).

Согласно Р. Коузу, «эффект трансакционных издержек пронизывает всю экономику». Р. Коуз пишет: «Бизнесмены учитывают трансакционные издержки, когда принимают решения о способах ведения дел и о том, что нужно производить. Если издержки осуществления обмена превышают выигрыш, который принесет этот обмен, то обмен не

будет иметь места, и расширения производства, как следствия специализации не последует. Таким образом, трансакционные издержки воздействуют не только на контрактные соглашения, но и на ассортимент производимых товаров и услуг. Если не включать в теорию трансакционные издержки, то многие аспекты функционирования экономической системы не будут объяснены, в том числе и возникновение фирмы, но еще многое помимо этого. Фактически львиная доля всего, что мы считаем экономической деятельностью, направлена на устранение препятствий, которые в противном случае воздвигли бы высокие трансакционные издержки, или на такое снижение трансакционных издержек, чтобы индивиды могли свободно вступать в сделки» [1, с. 345-346].

С.М. Загладина указывает на то, что усиливается воздействие сферы обращения на экономическую эффективность хозяйства и это проявляется не только в непосредственном

влиянии на динамику затрат, связанных с производством и потреблением, но и на ход капиталистического воспроизводства в целом. Исследование роли обращения товаров и реализации услуг в экономике – одно из важнейших направлений современного капитализма. В сфере обращения концентрируется возрастающий объем трудовых и материальных ресурсов; функции работников сферы обращения становятся все более разнообразными; динамика издержек и времени обращения оказывает все большее воздействие на темпы и пропорции общественного воспроизводства, на формирование условий жизни населения. Вместе с тем продвижение продуктов труда к

конечному потребителю усложняется [2, с. 5-7; 3, с. 28].

Выясним, вследствие каких обстоятельств резко возросла роль издержек обращения, которые мы понимаем как базовую категорию для характеристики транзакционных издержек. Также необходимо выявить условия, предпосылки, характеристики, объясняющие исторический процесс нарастания сложности и значимости транзакционных издержек, которые явились причиной того, что транзакционные издержки в настоящее время приобрели большое значение (табл.1).

Таблица 1

Общие условия, объясняющие исторический процесс нарастания сложности и значимости транзакционных издержек (от Карла Маркса до Рональда Гарри Коуза) (разработано автором)

№ п/п	Условия, предпосылки, характеристики	Период промышленного капитализма (эпоха К. Маркса)	Современный период в развитии капитализма (эпоха Р. Коуза)
1	Уровень развитости общественного разделения труда	Стадия ускоренного развития	Сложившаяся высоко обобществленная экономика
2	Инфраструктура обмена	В процессе формирования	Развитая, с элементами разбухания
3	Состояние производственных мощностей	Недостаток производственных мощностей	Избыток производственных мощностей
4	Соотношение спроса и предложения	Спрос превышает предложение ($D > S$)	Предложение превышает спрос ($S > D$)
5	Тип рынка с точки зрения поведения покупателей и продавцов	Рынок продавца	Рынок покупателя
6	Этап в развитии конкуренции товаров и производителей	Становление и подъем	Зрелая стадия с элементами отрицания
7	Структура функций продавца	Удовлетворение спроса	Не только удовлетворение, но и формирование спроса
8	Номенклатура предложения	Ограниченная	Сформировавшаяся и постоянно обновляемая
9	Проблемная сфера в функционировании предприятия в краткосрочном периоде	Производство	Сбыт
10	Приоритеты предприятия в долгосрочном периоде	Производство наряду с инвестициями и снабжением	Кадры и инновации
11	Роль посредника	Ограниченная	Высокая
12	Роль маркетинга	Отсутствие общественной потребности	Высокая и даже определяющая реализацию продукта
13	Степень ориентации покупателя в товарах	Значительная вследствие ограниченности номенклатуры	Затрудненная из-за обширности номенклатуры
14	Роль рекламы	Ограниченная	Высокая и очень высокая. Нередко определяющая условия сбыта
15	Сфера экономической деятельности как преимущественная	Производство	Интеграция производства и потребления. Интеграция производства и науки
16	Роль новых товаров	Существенная	Очень высокая. Главное средство в формировании дополнительного спроса
17	Акценты в исследовании рынка	Почему надо производить товары и каков завтрашний спрос	Формирование новых сегментов рынка
18	Характер и формы конкуренции	Ценовая по преимуществу. Конкуренция свободная	Неценовая по преимуществу. Олигополистическая и монополистическая конкуренция

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Условия, предпосылки, характеристики	Период промышленного капитализма (эпоха К. Маркса)	Современный период в развитии капитализма (эпоха Р. Коуза)
19	Преобладающие экономические и социальные сдвиги, влияющие на спрос и предложение	Индустриализация экономика. Рост численности занятых	Рост стоимости рабочей силы. Повышение спроса на бытовую технику и бытовые услуги, услуги сферы отдыха и развлечений. Активизация мировой торговли, глобализация
20	Проблемные вопросы в области сбыта	Инфраструктура сбыта	Формирование нового спроса, агрессивных конкурентов
21	Фальсификация товаров	Ограниченные возможности	Широкие технические и иные возможности
22	Дополнительные издержки обращения (по К. Марксу)	Умеренные вследствие ограниченности ареала рынка по многим товарам и неагрессивных конкурентов	Значительные вследствие формирования национальных и межнациональных единых экономических пространств, роста противоречий, агрессивных конкурентов
23	Транзакционные издержки (по Р. Коузу)	Невысокие	Значительные и очень значительные

В ходе рассмотрения позиций, приведенных в таблице, сделаем акцент на влияние процессов на объем, состав, структуру и значимость транзакционных издержек.

1. *Уровень развитости общественного разделения труда.* Начавшаяся в последней трети XVIII века промышленная революция, в результате которой возникло крупное машинное производство, дала мощный толчок развитию разделения труда как внутри общества, так и на предприятии. С появлением машин основной формой разделения и кооперации труда стала фабрика. В развитых странах сложилась легкая и пищевая промышленность, во 2-й половине XIX в. начался переток капитала в тяжелую промышленность и в железнодорожный и водный (речной, морской) транспорт [4, с. 307, 359]. Начался процесс превращения науки в непосредственную производительную силу.

В эпоху Карла Маркса был преимущественно продуктовый обмен (готовой продукции), сопровождавшийся издержками обращения.

В эпоху Р. Коуза отмечены новые явления: а) в дополнение к продуктовому подетальное и технологичное разделение труда, что означает мощный взрыв обмена и кооперационных связей, особую роль полупродукта, а также производства услуг; б) переход к развитому национальному и международному разделению труда; в) межрегиональное разделение труда, в рамках региональных и федеральных национальных хозяйств; г) общественное разделение труда стало охватывать практически все сферы, оно стало тотальным.

В современный период предприятие находится в системе разветвленных связей по

линиям сбыта, снабжения товарами и услугами, научно-технических связей, подготовки кадров, отношений с государством и др. Однако крупные предприятия часть связей осуществляют внутри себя за счет развития обслуживающих и вспомогательных производств, тем самым сокращая внешние транзакционные издержки.

2. *Инфраструктура обмена.* В эпоху Маркса ограниченность инфраструктуры рынка была связана с тем, что торговля шла в основном готовыми изделиями и сырьем, роль экспорта была невысока (исключение – Англия, Голландия). Мировая транспортная сеть (кроме морской) еще только налаживалась [4, с. 307, 359]. Капитализм еще не обладал в полной мере адекватной кредитно-финансовой системой. В целом это предопределяет невысокий уровень транзакционных издержек.

Современная инфраструктура обмена имеет уже очень развитую структуру: торговля (оптовая и розничная); финансы и кредит; денежное обращение; фондовый рынок; информационная система и связь; страхование; консультационные услуги; контрольная функция (аудит); операции с недвижимостью; ипотека. Инфраструктура обмена в современный период разнообразна, для своего поддержания требует колоссальных издержек.

Наиболее существенным моментом является формирование транзакционного сектора. Об этом свидетельствует количественная оценка его уровня, предпринятая Дж. Уоллисом и Д. Нормом, которые предприняли попытку количественно оценить уровень транзакционных издержек на материале экономики США.

Для оценки транзакционных издержек на

макроэкономическом уровне Дж. Уоллис и Д. Норт предложили использовать понятие транзакционного сектора. Они выявили тенденцию роста объема транзакционного сектора в США с 1870 по 1970 г., включив в этот сектор оптовую и розничную торговлю, страхование, банковский сектор, операции с недвижимостью, затраты на аппарат управления в других отраслях, затраты государства на судебную и правоохранительную деятельность (государственный транзакционный сектор). Д. Норт и Дж. Уоллис отдельно рассматривают частный и государственный секторы экономики и в каждом из них определяют так называемые транзакционные отрасли, то есть отрасли, которые производят в основном транзакционные блага.

Согласно сделанным указанными авторами расчетам, доля транзакционного сектора в США выросла с 26% ВВП в 1870г. до 55% ВВП в 1970г., но транзакционные издержки на единицу национального продукта сократились, в частности, из-за опережающего роста государственного транзакционного сектора [5, с. 142].

Необходимо выяснить динамику транзакционного сектора в современный период в России. Обращение к российскому статистическому ежегоднику показывает, что доля отраслей, образующих транзакционный сектор, заметно возрастает. С 2013 по 2016 г. доля указанной сферы услуг выросла в ВВП России с 52,0 до 60,1%, в том числе доля рыночных услуг – с 41,6 до 49,2% [18].

С точки зрения политэкономии (К. Маркса) одни отрасли по своему характеру являются стоимостеобразующими, другие существуют за счет вычета из прибавочного продукта (операции с недвижимостью и т.д.). Первые как стоимостеобразующие связаны, по Марксу, с дополнительными издержками обращения, вторые – с чистыми издержками обращения.

Анализ сведений о транзакционном секторе в США и России (при всей их условности) показывает, что транзакционные издержки с народнохозяйственной точки зрения очень значительны.

3. Состояние производственных мощностей. В период промышленного капитализма наблюдался недостаток производственных мощностей – производство не успевало за быстрым ростом общественных потребностей. Как следствие, от предприятий не требовалось никаких дополнительных затрат и усилий на поиск дополнительных заказчиков и потребителей. Диверсификация производства была не развита [4].

Современный период в развитии капитализма, напротив, характеризуется избытком производственных мощностей, что

корреспондирует со сложностями сбыта, а также развитием диверсификации производства. Данное обстоятельство стимулирует дополнительные затраты и усилия на поиск потенциальных заказчиков и потребителей для предприятий.

4. Соотношение спроса и предложения. Вследствие того, что в период промышленного капитализма спрос превышал предложение, товаропроизводителям не было необходимости прикладывать усилия на продвижение своего товара или услуги. Поэтому товаропроизводители того времени не имели острых проблем со сбытом своих товаров (работ, услуг). Таким образом, в период промышленного капитализма основными издержками для товаропроизводителя были производственные издержки, а издержки обращения не были столь высокими.

В современный период развития капитализма иное положение – предложение имеет тенденцию превышать спрос. Поэтому товаропроизводители имеют острые проблемы со сбытом своих товаров (работ, услуг). Другими словами, центр деятельности и отчасти затрат перемещается с производства на реализацию. Вынужденно получает широкое развитие маркетинг предприятия и инфраструктуры обмена [3, с. 28,30]. Нередки случаи, когда транзакционные издержки предприятия превышают издержки на производство продукции.

5. Тип рынка с точки зрения поведения покупателей и продавцов. С маркетинговой точки зрения в эпоху промышленного капитализма в периоды нормального течения воспроизводства рынок был рынком производителя, поставщика, продавца в силу таких причин, как опережающий спрос, острая конкуренция производителей, отсутствие на рынке заменителей товара (неразвитость субститутов), слабость или отсутствие конкуренции импорта, территориальная или отраслевая привязка потребителя к поставщику и прочее. Хотя в силу цикличности капиталистического производства его периодически потрясали кризисы перепроизводства (первый был в Англии в 1825г.) [6, с. 102], когда главным лицом на рынке конкретного товара становился покупатель, тем не менее в фазах оживления и подъема преимущественное положение поставщика, продавца было неоспоримо в силу указанных и иных причин. В эпоху К. Маркса капитализм отличался высоким динамизмом, предполагавшим опережающий рост общественных потребностей по сравнению с возможностями производства. Рынок продавца, по определению, отличается пониженными транзакционными издержками.

В эпоху современного капитализма

значительная часть товарных рынков характеризуется с позиции маркетинга как рынок покупателя в силу сложности сбыта вследствие известных причин: остроты национальной конкуренции, агрессивной конкуренции импорта в условиях открытой экономики, развитой системы субститутов, широких возможностей выбора для потребителей вследствие значительных потенциальных производителей и высокой импортной квоты, быстро изменяющихся потребностей и спроса потребителей, растущей индивидуализации спроса, предъявляющей соответствующие требования к производству, усиливающейся ориентации покупателей не на цену, а на потребительские свойства продукта и другое [3, с. 182-190].

В связи с этим покажем, какие мероприятия приходится проводить товаропроизводителям для того, чтобы завоевать своих потребителей. Маркетологи указывают на такие мероприятия, как: оформление витрин; самплинг (бесплатное распространение образцов); бесплатные пробы; дополнительный раздаточный материал; сувениры и подарки ("1+1=3": две упаковки покупает покупатель – третья выдается бесплатно и др.); рекламные сувениры, фирменные сувенирные изделия; подарочные изделия (используются, как правило, в ходе деловых встреч); фирменные упаковочные материалы (фирменные полиэтиленовые сумки и др.); ценовые скидки: кумулятивные скидки за объем закупок, скидки за внесезонную закупку, скидки за ускорение оплаты, скидки для поощрения продаж нового товара, скидки при комплексной закупке товаров, скидки для постоянных или престижных потребителей и т.п., другие виды ценовых скидок (существует около 40 видов ценовых скидок) [7, с. 657; 3, с. 348-350; 10, с. 1021].

По мнению Ф. Котлера, товар превращается в нечто большее, чем простой набор материальных характеристик: потребители склонны рассматривать товары как сложный набор выгод, который удовлетворяет их потребности. Ф. Котлер указывает на то, что конкуренция между производителями сегодня происходит в основном на уровне подкрепления товара [9, с. 541].

В соответствии с действующей концепцией маркетинга, все действия компаний должны быть ориентированы в первую очередь на потребителя. Согласно Дж. Ван Эттингеру и Дж. Симпиг, чтобы удержать свои позиции в конкурентной борьбе и расширить рынок для своих товаров, промышленник должен в наибольшей степени удовлетворять требованиям покупателя [10, с. 9]. Как следствие, от товаропроизводителей требуется немало усилий и затрат для завоевания и формирования потребительского спроса, то

есть трансакционные издержки занимают большой объем затрат товаропроизводителей.

6. *Этап в развитии конкуренции товаров и производителей.* Для эпохи промышленного капитализма характерна свободная конкуренция, обычно противопоставляющаяся монополистическому сговору, которая представляет собой соперничество независимых производителей как в сфере сбыта продукции ("за рубль потребителя"), так и в сфере снабжения ("за ограниченные ресурсы, включая машины, сырье, материалы, кредиты, рабочую силу, руководящие кадры и пр."); преобладающее значение имеют издержки и цены в качестве орудия конкуренции. Отсутствие развитой дифференциации продукта и сколько-нибудь значительной системы субститутов в соединении с ограниченными технологическими требованиями производства и достаточно скромными доходами населения свидетельствует об отсутствии достаточных предпосылок для формирования неценовой конкуренции, в центре которой – категория качества.

В период промышленного капитализма конкуренция начала развиваться, но еще не играла определяющей роли в хозяйственной жизни общества, следовательно, отсутствовали издержки конкуренции.

Неагрессивность свободной конкуренции, ограниченный набор инструментов конкурентной борьбы, суженный круг решаемых задач, ограниченность размеров предприятий, невозможность серьезно воздействовать на внешнюю среду – эти и иные обстоятельства, включая сравнительную узость международной торговли, действовали в направлении умеренности трансакционных издержек. К этому следует добавить, что межотраслевой переток капитала и рабочей силы также не встречал мощных барьеров.

Положение изменилось и трансакционные издержки стали значительными, когда свободная конкуренция отошла на второй план и на авансцену вышли олигополия и монополии. Сформировался многосегментный мировой рынок товаров и услуг, в ведущих отраслях доминирующие позиции заняли крупные и крупнейшие структуры с их колоссальными возможностями влиять на внешнюю среду, наряду с менее "ресурсоемкой" ценовой конкуренцией появилась и завоевала первую позицию гораздо более "ресурсоемкая" неценовая конкуренция с ее крайне разнообразным арсеналом методов и инструментов; мощное развитие получил институт заменителей, особое значение – и при этом выдающееся – приобрел экономический оборот прав собственности, сформировался целостный состав многообразующих институтов

– торгово-снабженческих, кредитно-финансовых, страховых, коммуникационных и пр., принципиально новое значение приобрела защита прав собственности, изменилась роль и расширились функции государства – эти и иные обстоятельства вызвали значительный рост трансакционных издержек.

В условиях современной конкуренции существуют и факторы снижения трансакционных издержек. Среди них доверие (эта тема активно обсуждается в экономической литературе), устойчивая договорная система поставок (машиностроение, химическая промышленность), гарантийное обслуживание в его различных формах, понимание разрушительности конкуренции крупных структур, картельные и иные соглашения в случае их легитимности и пр.

В современный период конкуренция товаров и производителей зрелая, в отдельных сегментах агрессивная. Появляются все новые формы конкуренции и, как следствие, существуют издержки конкуренции и издержки защиты от недобросовестной конкуренции.

7. Структура функций продавца. В эпоху промышленного капитализма общеэкономической функцией продавца было удовлетворение спроса. В данном случае, по мнению Чемберлена, товаропроизводитель приспособливает свои товары к условиям спроса и ни в какой мере не старается изменить его, для этого у предприятий той эпохи не был ни сил, ни средств. Они не могли существенно влиять на внешние условия. Товаропроизводитель не нес затрат и потерь по формированию потребительского спроса [11, с. 191-192].

В современный период функцией продавца является не только удовлетворение, но и формирование спроса. Уже есть возможности влиять на внешнюю среду, и существует необходимость активизации сбыта, включая новые товары.

В издержках формирования спроса важны поиск и исследование рынков (выявление возможностей для сбыта имеющихся или проектированных товаров); реклама (доведение до потребителей информации о товаре, имеющее целью побудить купить товар). Цель рекламы – не только информирование о продукте, но и изменение самих потребностей потребителей. Реклама необходима, прежде всего, для новых товаров. Есть также затраты на формирование образцов.

Издержки по удовлетворению, поддержанию и формированию потребительского спроса занимают все больший объем в общем объеме затрат товаропроизводителей.

8. Номенклатура предложения. В эпоху промышленного капитализма ассортимент выпускаемой продукции был не широк и

однообразен, то есть номенклатура предложения была ограничена. Вследствие этого издержки потребителей по поиску, выбору, измерению товара были минимальны. И издержки товаропроизводителей по продвижению товаров, работ и услуг также были невелики.

В современную эпоху ассортимент выпускаемой продукции чрезвычайно широк и разнообразен, поэтому издержки потребителей по поиску, выбору, измерению товара становятся значительными, и издержки товаропроизводителей по продвижению товаров, работ и услуг также занимают значительный объем.

9. Проблемная сфера в функционировании предприятия в краткосрочном периоде. Проблемной сферой в функционировании предприятия в краткосрочном периоде в период промышленного капитализма являлось производство. Это соответствовало стадии индустриализации, формированию материально-технической базы капитализма, включая материальную инфраструктуру сферы распределения и обмена. Поэтому явно доминировали капитальные затраты производственного характера и издержек производства.

В современный период в развитии капитализма, напротив, наблюдаются колоссально возросшие возможности производства и сдерживающее влияние спроса, сложности сбыта [12, с.91].

На современном этапе акцент перенесен в сферу обращения. Экономическая деятельность перемещается на рынок. Крайне важную роль приобрел маркетинг. Все это делает актуальной тему трансакционных издержек.

10. Приоритеты предприятия в долгосрочном периоде. В период промышленного капитализма приоритетом для предприятия в долгосрочном периоде было производство наряду с инвестициями и снабжением. Сбыт не играл существенной роли для товаропроизводителей.

В эпоху К. Маркса, с одной стороны, шел быстрый процесс формирования материально-технической базы капитализма (основной капитал как системы машин и механизмов), с другой – капитализм складывался как многоотраслевая экономика с соответствующей производственной инфраструктурой благодаря межотраслевому перетоку капитала (аллокации ресурсов).

В эпоху промышленного капитализма его развитие, по марксистской терминологии, шло не столько вглубь (интенсификация производства), скольковширь (экстенсивное развитие за счет вовлечения в оборот новых природных и людских ресурсов).

Что касается современной эпохи, то бесспорными приоритетами в долгосрочном периоде являются кадры и инвестиции, но в то же время на научном уровне поднимаются вопросы прогнозирования общественных потребностей. Эти обстоятельства сказываются на составе, структуре и темпах обновления и развития транзакционного сектора, в целом повышается его роль в экономике.

11. *Роль посредника.* В эпоху промышленного капитализма преобладали мелкие и средние предприятия в силу специфики легкой и пищевой промышленности, территориально разбросанной. Даже в горнодобывающем производстве крупные предприятия были скорее исключением, чем правилом. Правда, крупное производство набирало силу, например, в текстильной отрасли.

Действовали факторы, в силу которых предприятия не испытывали острой необходимости в посредниках, например, мелкая размерность производства, формирование предприятий с развитой системой самоснабжения (материалами, принадлежностями, запчастями, ремонтными работами и пр.), госзаказ (военное ведомство и др.), развитие собственной торговой сети, функционирование местных рынков с их ограниченным пространством, прямые (кооперационные) связи между предприятиями и др.

Но одновременно действовали и набирали силу факторы в пользу формирования посредников как в реализации промышленных товаров, так и в снабжении промышленных и иных предприятий. Среди них: удлинение средних расстояний сбыта продукции, работа на отдаленных рынках, развитие экспорта и импорта, выпуск продукта для разных категорий потребителей, успех универсальных баз и магазинов, возможность для производителя сэкономить на издержках обращения благодаря посредникам, повышение роли обратной связи и др.

Соотношение двух тенденций на отдельных рынках и для отдельных конкретных предприятий складывалось по-разному, однако роль посредников в торговле в эпоху свободной конкуренции и в современную эпоху – это вещи несопоставимые. Посредничество также надо рассматривать в связи с темой распределения рисков.

В настоящее время очень часто для товаропроизводителя намного выгоднее использовать посредников, чем создавать собственную сбытовую сеть. Посредники находятся в более тесном контакте с конечными потребителями, они важны в смысле формирования устойчивых оборотных связей производителей с рынком. Особенно велика

роль посреднического звена при сбыте на мировом рынке товаров массового спроса. Как показывают исследования, число фирм-посредников в мировой торговле постоянно растет. Целые отрасли экономики специализируются на посреднической деятельности. Этому способствует укрупнение предприятий, диверсификация производства, рост роли новых товаров, острейшая необходимость распределения расходов (очень существенные моменты) и др. Кроме того, торговые посредники выполняют все более дифференцированные и сложные задачи обслуживания своих клиентов [13, с. 8]. Отсюда следует, что в настоящий период повысились затраты и потери для товаропроизводителей по взаимодействию с посредническими структурами и расходы по оплате вознаграждения посредникам.

12. *Роль маркетинга.* В эпоху промышленного капитализма продавцы не тратили много времени на разработку стратегии маркетинга, то есть роль маркетинговых исследований, анализа деятельности по разработке товара, политики цен, рекламы, стимулирования сбыта и прочих мероприятий была невелика.

В настоящее время роль маркетинговых исследований, анализа деятельности по разработке товара, политики цен, рекламы, стимулирования сбыта и прочих мероприятий, применяемых фирмами, высока [12, с. 81, 83]. В современных условиях деятельность каждого предприятия начинается с маркетингового анализа. В.А. Шумаев отмечает, что грамотное использование приемов и способов маркетинга позволяет предприятиям наладить эффективное производство и реализацию продукции [12, с. 91, 113-114]. Таким образом, наблюдается высокая и даже определяющая роль маркетинга в реализации продукта, как следствие, увеличились затраты на маркетинг.

13. *Степень ориентации покупателя в товарах.* Номенклатура предложения, т.е. та, которая облегчала ориентацию покупателя в товарах в эпоху промышленного капитализма, была ограничена. От потребителей не требуется больших затрат для поиска, выбора и измерения качества необходимых для них товаров (работ, услуг).

Номенклатура предложения в современный период высокая, она постоянно обновляется, крайне развита дифференциация продукта, громадная масса заменителей, конкуренция рекламы и многое другое. Все это весьма затрудняет ориентацию покупателей в товарах. От потребителей требуются большие затраты для поиска, выбора и измерения качества необходимых для них товаров (работ, услуг).

14. *Роль рекламы.* В эпоху промышленного капитализма ассортимент выпускаемых

товаров (работ, услуг) был неширок, и не было серьезных трудностей сбыта. Вследствие этого у товаропроизводителей не было большой необходимости в рекламе своей продукции.

В настоящее время фирмам необходимо проводить рекламную кампанию своих товаров и услуг, так как, во-первых, очень обширна номенклатура товаров, во-вторых, существует много заменителей, в-третьих, остра конкуренция, в-четвертых, велика роль новых товаров, которые надо продвигать. Информация о товарах помогает потребителю осуществить свой выбор. Политика торговой рекламы может увеличить спрос на товары и услуги конкретной фирмы в ущерб их конкурентам. Неслучайно говорят, что реклама – двигатель торговли. Таким образом, роль рекламы в современный период очень высокая, нередко определяющая условия сбыта. Поэтому затраты на рекламу составляют заметный объем в совокупных издержках фирм, особенно по новым товарам [12, с. 103; 3, с. 286].

15. Сфера экономической деятельности как преимущественная. В мировой практике принято деление всего общественного производства на три сферы: первичную – производство, связанное с добычей ресурсов; вторичную – занятую обработкой этих ресурсов и получением готовой продукции, и сферу услуг в широком понимании этого слова, включая информационное обслуживание производства. Существуют и иные классификации.

В период промышленного капитализма сферой экономической деятельности преимущественно было производство (эпоха индустриализации). Шел опережающий рост производства, без чего капитализм не мог бы подвести под самого себя адекватную материально-техническую базу. В центре внимания были обрабатывающая промышленность и транспорт. Еще очень далеко было до эпохи сферы услуг. "Неполнота" экономики сдерживала рост транзакционных издержек.

Бурное развитие науки, начиная с конца XIX века, привело к значительному числу открытий принципиального характера, положивших начало новым направлениям научно-технического прогресса. Вторая половина XX века – это эпоха бурного прогресса науки и техники. Научно-техническая революция вызвала резкое сокращение удельного веса первичной сферы, далее, хотя и более медленно, сокращение вторичной сферы при быстром расширении сферы услуг. Современный период характеризуется интеграцией производства и науки, эмпирическая хозяйственная деятельность имеет очень развитую тенденцию превращения в научное производство. Идет процесс

опережающего развития сферы НИОКР. Крупнейшие отрасли экономики представляют собой материальное воплощение достижений науки (химическая промышленность, электроника и т.п.). В структуре затрат на современный продукт доля затрат на НИОКР очень значительна, может превышать 50%.

Другой принципиальный вопрос – это интеграция производства и потребления. С одной стороны, ни одно крупное производство не будет мыслиться даже в проектах без исследований рынка и анализа производственных вопросов и потребительских предпочтений. С другой – сам процесс выпуска продукции и оказания услуг постоянно корректируется с учетом сигнала рынка, меняющихся нужд потребителей [2, с. 15].

Таким образом, сфера хозяйственной деятельности, преимущественно, – это инновации, что адекватно переходу к постиндустриализму и самому постиндустриализму. При этом сами инновации призваны обеспечить предприятию на перспективу рыночную устойчивость (конкурентоспособность), а это уже предполагает надежный и ориентированный на будущее сбыт продукции. Ясно, что все это связано с высокими транзакционными издержками.

16. Роль новых товаров. В период промышленного капитализма роль новых товаров существенная. Во-первых, они формируют основной капитал материальной и нематериальной сфер, прежде всего материальной (важнейшая историческая особенность). Во-вторых, новые товары позволяют удовлетворять новые потребности людей, прежде всего материальные (жилище, пища, одежда, транспорт). В-третьих, с новыми потребностями связано получение добавленной прибыли.

Ныне в развитии капитализма роль новых товаров очень высока, поскольку новые товары – это главное средство формирования дополнительного спроса, формирования новых сегментов рынка, получения сверхприбылей, а также роста социальных и духовных потребностей. Из этого следует, что в современный период издержки по созданию и продвижению новых товаров (работ, услуг) весьма существенны, в их структуре транзакционные издержки значительны.

17. Акценты в исследовании рынка. В эпоху промышленного капитализма производство в основном стихийно следовало за спросом, при этом не следует упускать из виду, что само развивающееся производство предъявляло спрос на средства производства и на рабочую силу, для которой нужны жизненные ресурсы.

Тема исследования рынка как конкретными товаропроизводителями, так и представителями

науки не отличалась высокой актуальностью в силу, прежде всего, следующих причин: 1) сама тема сбыта не отличалась высокой актуальностью, равно как и проблема снабжения средствами производства и обеспечения производственными услугами; 2) во многих отраслях преобладало мелкое и среднее по масштабам предпринимательство, которому недоступны специальные научные исследования, а в практической деятельности важную роль играли эмпирические знания и опыт; 3) рынки конкретных товаров не характеризовались сложностью и разветвленностью инфраструктуры; 4) номенклатура производимых товаров носила упрощенный, ограниченный характер.

Все кардинальным образом поменялось, когда встала задача производить лишь то, что реально можно продать. Исследование рынка стало крайне актуальным, само производство стало выступать с заказами на такого рода исследования, авансируя на эти цели немалые суммы, наступила пора логистики, маркетинга и других научных дисциплин.

18. Характер и формы конкуренции. Промышленный капитализм – это эпоха свободной конкуренции, по преимуществу ценовой. Ей соответствует рынок независимых товаропроизводителей, атомистический, стихийный по своей природе. Его неверно называть рынком совершенной конкуренции, так как последняя – это научная абстракция высокого уровня, а не явление реальной жизни.

Если разговор о трансакционных издержках перевести в область свободной конкуренции, то в первую очередь стоит указать на следующее. Во-первых, сам трансакционный сектор находился в начальном периоде своего развития. Во-вторых, использовал ограниченный набор методов и инструментов конкурентной борьбы. В-третьих, затраты на рекламу были не велики. В-четвертых, конкуренция, как правило, не являлась агрессивной (современная агрессивная конкуренция, особенно на мировых рынках, требует существенных затрат для преодоления связанных с ней негативов). В-пятых, экономический оборот прав собственности еще только набирал силу, и по ряду иных причин издержки спецификации и защиты прав собственности были достаточно умеренными. В-шестых, сами по себе издержки регулирования и регламентации рынка как трансакционные издержки, падающие на государство, профсоюзы и на иные крупнейшие структуры, по своей величине не шли ни в какое сравнение на современном этапе.

Современная конкуренция характеризуется по преимуществу как неценовая, по своей природе – это главным образом олигополистическая и монополистическая

конкуренция. Неценовая конкуренция разнообразна: она связана с качеством продукции, условиями поставок, послепродажным обслуживанием, практикой расчетов, учетом индивидуализированных запросов потребителей, гарантийными сроками, применяющимися технологиями и пр. Однако в литературе чаще всего делается акцент на качестве товара.

Неценовая конкуренция, ориентированная на качество продукции, включает в себя, как указывают специалисты: а) изменение свойств продукции; б) придание продукции качественно новых свойств; в) создание новой продукции для удовлетворения тех же потребностей; г) создание новой продукции для удовлетворения новых потребностей; д) обновление свойств товара, являющихся символом моды, престижа (изменение квазисвойств товара); е) совершенствование услуг, сопутствующих товару (демонстрация, установка, гарантийный ремонт, и др.) [14, с. 71]. Неценовая конкуренция означает соперничество в качестве продукции, ее новизне, совершенстве технологий, уровне послепродажного обслуживания, организации сбыта, степени учета запросов покупателей и т.п. На несовершенном конкурентном рынке неценовые методы конкуренции доминируют над ценовыми методами (доминирование конкуренции "вокруг потребительской ценности" над конкуренцией "вокруг цены товара"). Это означает, что для того, чтобы опередить своих конкурентов, в настоящее время фирме необходимо, чтобы ее деятельность была стратегически подчинена задачам опережения конкурентов в разработке, создании и реализации потребительных ценностей, соответствующих запросам потребителей. В этом видна роль инноваций и значимость ориентации на долгосрочный период. Но это вовсе не означает, что ценовая конкуренция вообще не существует (например, использование скидок с цен, то есть реализация продукции по более низким ценам, по сравнению с объявленными в прейскурантах).

Однако соперничество "за издержки" оказывается стратегически подчинено задачам опережения конкурентов в разработке, создании и реализации потребительных ценностей, соответствующих запросам потребителей. Есть веские основания утверждать, что основу соперничества между фирмами составляет борьба за дифференцированный спрос, а дифференциация продукта, связанная с монополистической конкуренцией, приобрела выдающееся значение.

Наконец, на службу конкуренции в современном мире поставлен мощный и разветвленный трансакционный сектор, а

методы и средства конкурентной борьбы чрезвычайно разнообразны. Конкуренция стала ресурсоемкой. Из этого следует, что в современный период для товаропроизводителей возникают затраты по ведению неценовой конкуренции.

19. *Преобладающие экономические и социальные сдвиги, влияющие на предложение и спрос.* Период промышленного капитализма – это индустриализация экономики. Это означает перевод экономики страны на промышленные рельсы, создание крупного машинного производства в народном хозяйстве или отдельных его отраслях, значительное увеличение доли и роли промышленного производства в экономике [4, с. 283]. Характерно вовлечение в оборот природных ресурсов. В промышленности доминируют обрабатывающие отрасли. Происходит рост численности занятых, прежде всего, в форме наемного труда [4, с. 283]. Основные экономические и социальные сдвиги связаны с материальным производством, включая транспорт.

В эпоху современного капитализма в ВВП падает доля материального производства в целом и промышленности в частности. Эта сфера в послевоенный период (в США еще в довоенные годы) стала высвобождать ресурсы, включая рабочую силу, для развития нематериальных отраслей, основной продукт которых – услуги для населения.

Особое влияние на величину и структуру транзакционных издержек в народнохозяйственном аспекте оказывают следующие обстоятельства: 1) сложился адекватный современной эпохе транзакционный сектор (по составу, структуре, способностям удовлетворения спроса, номенклатуре предлагаемых услуг, приемлемости цен и тарифов, возможностям работать на перспективу и пр.), что само по себе является колоссальным сдвигом в народном хозяйстве; 2) услуги транзакционного сектора оказались весьма востребованными вследствие остроты конкуренции на внутренних (национальных) рынках в сочетании с глобализацией, необходимостью участия в международном разделении труда, актуальными задачами извлечения пользы из разных форм мирохозяйственных связей; 3) повышение доходов населения, рост стоимости рабочей силы и ряд других моментов вызвали существенные изменения в непроизводственном потреблении (спрос на бытовую технику, на жилище, на услуги образования и здравоохранения, сферы развлечения и отдыха); к тому же состоятельные слои населения (закреплены их рост) становятся весьма избирательными в рыночных сделках; 4) несомненно, возросла

роль государства, что принято показывать через такие показатели, как доля государственного сектора в ВВП, капиталовложения, совокупный спрос общества и пр. Государство занимает ведущее место в транзакционном секторе.

20. *Проблемные вопросы в области сбыта.* В период промышленного капитализма основное внимание уделялось процессу производства товаров, не было острых проблем со сбытом произведенной продукции, исключая периоды кризисов перепроизводства. Проблемным вопросом в области сбыта была инфраструктура, поскольку промышленность, несмотря на цикличность развития, показывала высокие темпы роста и предъявляла все новые и новые требования к транспорту, связи, дорожной сети, складскому хозяйству и пр.

В современный период инфраструктура обмена в развитых странах полноценна и разнообразна и задача товаропроизводителей – не только удовлетворение спроса, но и, самое главное, формирование нового потребительского спроса, что в принципе невозможно без развитого многофункционального транспорта. Именно в связи с последним производители несут большие расходы. Это издержки создания и продвижения на рынок новых товаров [2, с. 105; 3, с. 31].

21. *Фальсификация товаров.* В период промышленного капитализма для фальсификации продукции были все же в известной степени ограниченные возможности, особенно в условиях работы товаропроизводителя на известный рынок, например поставка по договору, сбыт на местном рынке.

В современный период для фальсификации товаров имеются широкие технические и иные возможности. Возможно, что в настоящее время чуть ли не любой товар можно фальсифицировать. Активно фальсифицируют товары, пользующиеся большим потребительским спросом, например медикаменты, вино-водочные изделия, модные товары для молодежи и женщин. Таким образом, у потребителей возникают затраты по проверке продукции на подлинность и по защите от использования фальсифицированной продукции. Велики издержки и тех фирм, которые страдают от подделки их товаров.

22. *Дополнительные издержки обращения (по Карлу Марксу).* Уже в период промышленного капитализма исследователи стали замечать эффект масштаба, проявлявшийся при производстве массовых продуктов (уголь, сталь, чугун, лесоматериалы, некоторые товары для населения и др.) и их транспортировке. Итог – снижение издержек производства и дополнительных издержек обращения (в их трактовке у К. Маркса).

Были и другие факторы, объясняющие "умеренность" дополнительных издержек обращения: локальный характер многих рынков сбыта и снабжения; быстрый рост железнодорожного и водного (речного и морского) транспорта; развитие торговой деятельности как специализированной; исключительно высокая роль во внешней торговле многих стран дешевых морских перевозок; известная ограниченность номенклатуры перевозимых товаров и др.

Если иметь в виду уровень издержек обращения в целом, то действовали и повышающие его факторы: протекционистская политика некоторых стран, например Германии, России; трудоемкость погрузо-разгрузочных работ; сезонность перевозок массовых товаров, например продуктов сельского хозяйства; миниатюризация изделий, снижение веса на единицу полезности и др.

В современных условиях в развитых странах действует много факторов, сокращающих издержки физического продвижения товаров от производителя к конечному потребителю (механизация и автоматизация видов погрузо-разгрузочных работ; оптимизация видов транспорта и транспортных потоков, характерная для крупных хозяйственных структур; использование контейнеров и поездов и др.). В то же время в противоположном направлении "работают" другие факторы, например: удлинение транспортных путей на основе глобализационных процессов; высокий удельный вес в национальном и мировом товарообороте полупродукта (в существенной мере на основе углубляющихся кооперационных связей); высокая доля товаров, для которых требуются особые условия перевозок, например холодильные камеры, и др. Согласно В.А. Шумаеву, уровень затрат общества, связанных с обслуживанием товародвижения, составляет существенную долю в ВНП: доли транспорта, связи, торговли и заготовок составляют свыше 30% в общем объеме добавленной стоимости страны [13, с. 9].

23. Транзакционные издержки (по Р. Коузу). Сбыт продукции для товаропроизводителей в период промышленного капитализма в условиях "рынка продавца" не был затруднен и затратен, не требовалось заключать много самых разнообразных рыночных сделок с рыночными агентами, поэтому транзакционные издержки, то есть издержки по заключению рыночных сделок, были, по-видимому, невысокими.

В то же время действовали некоторые факторы в сторону повышения транзакционных издержек как издержек рыночных сделок. Среди них: протекционизм стран, отстававших в своем

развитии, предполагающий таможенные ограничения; повышенные ставки страхования грузов по техническим и иным условиям перевозок и др.

В современный период фирмам, в особенности крупным, приходится заключать самые разнообразные по сложности и ответственности сделки с многочисленными рыночными агентами. В нынешнем мире имеется масса обстоятельств, усложняющих сделки и увеличивающих величину транзакционных издержек. Так, существуют мнения, что сфера обращения и, соответственно, транзакционный сектор чрезмерно разбухли вследствие противоречий самой рыночной экономики. Для крупных структур характерен бюрократизм (например, необходимо много согласований по поводу серьезных сделок). Предприятия вынуждены проводить мероприятия по предотвращению недружеских захватов. Сама конкуренция является весьма ресурсоемкой.

Все приведенные выше условия, характеристики и предпосылки объясняют исторический процесс нарастания значимости транзакционных издержек.

В связи со сказанным необходимо сделать вывод. Переход в России от планового хозяйства с господством отношений прямого распределения товаров и услуг к рыночной экономике с доминированием сферы обращения, а следовательно, большей величиной транзакционного сектора и общего объема транзакционных издержек неизбежно ставит перед необходимостью глубокого переосмысления этого феномена.

Рыночную экономику часто определяют как экономику развитых товарно-денежных отношений. С тем же основанием ее можно назвать и экономикой договорных отношений. Другими словами, рыночная экономика – это экономика договоров, контрактов, соглашений.

Производственные вопросы в настоящее время решаются проще. Что касается рынка, то тут много сложностей, много самых разнообразных отношений. В настоящее время существует настойчивая тенденция к глобализации. Развитие современной мировой экономики определяется двумя главными тенденциями, которые находятся в сложном, неоднозначном, противоречивом взаимодействии: с одной стороны, отмечается ускоренный процесс глобализации экономической деятельности, с другой – рост региональной и субрегиональной интеграции. Эта тенденция в свою очередь ведет к увеличению роли и значения транзакционных издержек.

Таким образом, в современную эпоху в силу многообразных обстоятельств транзакционные издержки стали сложными, и их удельный вес

все возрастает. Наблюдается рост транзакционных издержек в абсолютном выражении, а также более быстрая динамика этих издержек по сравнению с динамикой обычных производственных издержек. По мнению ученых, это нормальная тенденция социального прогресса, выражающая развитие обмена. Она показывает, что конечные результаты человеческой деятельности все в большей степени зависят от разделения труда и форм взаимодействия между людьми, чем от производства в традиционном понимании (преобразование веществ, данных природой, в готовые изделия и услуги). По сути, это издержки, связанные с наличием разделения труда в обществе и хозяйственных связей.

Необходимо выделить ряд наиболее важных факторов, которые в настоящее время влияют на объем и структуру издержек обращения, в частности на объем транзакционных издержек [17, с. 76]:

Расширение границ рынка. В связи с тенденцией к глобализации происходит расширение границ рынка, возникновение мирового рынка. Возникают новые затраты, которые связаны и с физическим продвижением товара, и с актами купли–продажи. Выход на внешний мировой рынок требует от предприятия значительных дополнительных усилий. В связи с этим необходимо отметить следующее: как только предприятие начинает работать на внешний рынок, его сбытовые расходы не только увеличиваются в абсолютных размерах, но и начинают составлять значительную часть общих издержек. При этом риск в работе увеличивается и представление о производственных и коммерческих издержках также существенно изменяется.

Конкуренция. Рыночная экономика понимается как сфера острой конкурентной борьбы. Прежде всего сформировались международные рынки с их острой конкуренцией, характерной даже для олигополистических рынков. Поэтому существуют издержки конкурентной борьбы. Следствием этой борьбы является увеличение издержек на рекламу.

Защита прав собственности. В настоящее время контракт получил большое распространение при заключении сделок, при этом имеют место разные толкования пунктов договора, всякого рода притязания. Соотношение между транзакционными издержками и экономическими результатами зависит прежде всего от содержания и защиты прав собственности, что определяет затраты и объем вознаграждения каждого индивида.

Информация. В настоящее время информация является главным источником, стимулом для предпринимателей, поскольку

владение необходимыми сведениями – залог успеха в их конкурентной борьбе. Современный мир – это мир, где информация небесплатна [15, с. 98-107; 16, с. 80-81]. "Мы живем в век информации", "информация решает все" – эти слова стали банальными. Поэтому с информацией связаны всякого рода вымогательства.

НИОКР. Особо стоит вопрос об издержках, связанных с функционированием научно-исследовательских и опытно-конструкторских исследований (НИОКР). Если исходить из понятия производства как научного производства, что вполне соответствует его современной природе, то сферу НИОКР надо включить в производство в качестве его предпроизводственной стадии. В этом случае издержки на НИОКР никакого отношения к транзакционным издержкам не имеют, поскольку последние все-таки увязываются со сферой обращения. Целесообразно также выделить тему послепродажного обслуживания (имеет отношение к товарам длительного пользования), но в соответствии с идеями научно-производственного цикла, который разворачивается как «НИОКР – производство – сбыт – послепродажное обслуживание», оно включается в этот цикл, где сбыт трактуется как продолжение процесса производства в сфере обращения, но также понимается и как послепродажное обслуживание. По этой схеме, издержки послепродажного обслуживания не должны входить в транзакционные издержки как издержки рыночных сделок. Но вместе с тем возможно следующее возражение: и производство, и обращение, и потребление связаны не только с физическим движением продуктов, но и с рыночными сделками.

Транзакционные издержки являются атрибутом современного рынка, ибо только в нашу эпоху объективно сложилась система договорного права, взаимных правовых обязательств и гарантий, исключающих обман, система торговых марок, требующих защиты, сложная система мониторинга и т.д. Вследствие этих факторов обслуживание торговых сделок на современном рынке требует значительных ресурсов и затрат. Возникает также объективная необходимость надежного и нормального функционирования институтов современного рынка, объективная необходимость эффективной реализации прав собственности. Все это, взятое в целом, и порождает объективную необходимость транзакционных издержек [16, с. 226-227].

В настоящее время учет транзакционных издержек при организации бизнеса имеет большое значение, так как объем издержек обращения, по сравнению с производственными издержками, все возрастает. Происходит усложнение товарно-

денежных отношений, системы расчетов, сделок, превращение национального рынка в мировой рынок, обостряется конкуренция и т.п. Все эти причины вызывают усложнение структуры транзакционных издержек и увеличение их размера. Происходит изменение функциональной роли издержек обращения. Транзакционные издержки трудно контролировать, достаточно сложно регулировать. У транзакционных издержек наблюдается тенденция к раздутию, их сложно экономить и подчас просчитать. Изменились состав и структура издержек обращения.

В условиях новой экономики структура транзакционных издержек меняется. Дело в том, что новые технологии порождают новые возможности (новые виды коммуникации, способы передачи, обработки и хранения информации и пр.) и, соответственно, новые модели поведения, новые отношения. А новым отношениям необходима новая правовая база, что приводит к правовым изменениям.

Экономия на издержках может существенно повысить показатели эффективности как одной отдельно взятой фирмы, так и всего общественного производства.

Транзакционные издержки можно признать производительными затратами, так как транзакции требуют реальных затрат. Транзакционные издержки имеют контрактный, правовой (спецификация и защита прав собственности) и информационный аспекты.

На современном этапе существуют экономический шпионаж, нечестная конкуренция, инфляция, лоббизм и т.п. Все это способствует росту транзакционных издержек.

В настоящее время, по существу, любой сюжет хозяйственной жизни может быть объяснен с помощью теории транзакционных издержек. Уровень транзакционных издержек определяется особенностями совершаемых сделок. Традиционно высокий уровень транзакционных издержек в российской экономике являлся предметом внимания экономистов-теоретиков и, наконец, становится предметом пристального интереса экономистов-практиков. Необходимо отметить также усиление значения транзакционных издержек в процессе глобализации на уровне мирохозяйственных связей.

Подводя итог, необходимо отметить, что проведенный анализ обстоятельств, которые повлекли за собой возрастания роли издержек обращения, показывает, что в связи со сменой эпох происходит трансформация, усложнение, структурирование издержек обращения. В итоге нынешние издержки обращения иные, чем при К. Марксе, с учетом того, что сфера обращения выполняет не просто посредническую роль, но и интегрируется с производством и потреблением. Кроме того, хозяйствующие

субъекты должны учитывать возросшие трудности сбыта (нетрудно произвести, но трудно сбыть). Также приходится учитывать глобализационные процессы.

Литература

1. Природа фирмы / под ред. О.И. Уильямсона и С.Дж. Уинтера. – М.: Дело, 2001. – 360 с.
2. Загладина С.М. США: обращение товаров и услуг в экономике / С. М. Загладина; [АН СССР, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений]. – М.: Наука, 1975. – 271 с.
3. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 560 с.
4. Хромов П.А. Экономическое развитие России. Очерки экономики России с древнейших времен до Великой Октябрьской революции / П.А. Хромов. – М., Издательство «Наука», 1967. – 536с.
5. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Учебное пособие / А.Н. Олейник. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 416с.
6. Дзарасов С.С. Политическая экономия / С.С. Дзарасов. – М.: Политиздат, 1988. – 432с.
7. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – 11-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 800с.
8. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 6-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1376с.
9. Котлер, Филипп, Армстронг, Гари, Сондерс, Джон, Вонг, Вероника. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом "Вильямс", 2006. – 944с.
10. Эттингер Дж. Ван, Дж. Sumtug. Больше...через качество / Дж. В. Эттингер, Дж. Sumtug; перевод с английского Е.М. Федотовой – Издательство комитета стандартов, мер и измерительных приборов при совете министров СССР, 1968. – 92с.
11. Чемберлин Э.Х. Теория монополистической конкуренции / под редакцией О.Я. Ольсевича; перевод с английского Э.Г. Лейкина, Л.Я. Розовского. – М.: Издательство иностранной литературы, 1959. – 415с.
12. Шумаев В.А. Логистика товародвижения / В.А. Шумаев. – М.: "Издательский дом "НОВЫЙ ВЕК", 2001. – 194с.
13. Загладина С.М. Капиталистическая торговля сегодня / С. М. Загладина. – М.: Мысль, 1981. – 236 с.
14. Эрроу К. Информация и экономическое поведение / К. Эрроу // Вопросы экономики.– 1995.–№5.–С. 98-107.

- 15.Бронников Максим. К вопросу о цене информации / М. Бронников // Проблемы теории и практики управления. – 1999. - №1. – С. 78-83.
- 16.Козырев В.М. Основы современной экономики: Учебник / В.М. Козырев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 528с.
- 17.Сафонова О.В. К вопросу о значимости проблемы транзакционных издержек / О.В. Сафонова // Научный поиск. – 2013. - №1. – С. 74-78.
- 18.Информация о социально-экономическом положении России. Федеральная служба статистики РФ [Электронный ресурс], - <http://www.gks.ru>.