

**Министерство спорта, туризма и молодежной политики
Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Волгоградская государственная академия физической культуры»**

Зубарев Ю.А., Шамардин А.И.

**Энциклопедический словарь терминов
по менеджменту, маркетингу,
экономике, предпринимательству
Том II
Учебное пособие**

**Юрий Александрович Зубарев
Александр Иванович Шамардин
Энциклопедический словарь
терминов по менеджменту,
маркетингу, экономике,
предпринимательству. Том II**

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=16929952

*Энциклопедический словарь терминов по менеджменту, маркетингу,
экономике, предпринимательству. Учебное пособие. Том II:
Волгоградское научное издательство; Волгоград; 2012
ISBN 5950*

Аннотация

Предлагаемый Энциклопедический словарь является справочным изданием, в котором даны определения, характеризующие конкретные социальные и связанные с ними экономические явления и процессы. В Словаре содержатся управленческие, маркетинговые и экономические термины и категории, имеющие как общеэкономическое содержание, так и носящие сугубо рыночный характер. Исходя из этого, мы пришли к выводу подготовить настоящее издание с тем, чтобы дать возможность читателю ознакомиться с управленческими и

экономическими терминами, которые находят все более широкое применение в многоукладной экономике России. В отличие от опубликованных в последние годы справочников, словарей, в которых содержатся только термины рыночной экономики, данное издание имеет свои отличительные особенности и своё «лицо». Во-первых, большое внимание уделено раскрытию экономического содержания общеэкономических категорий. Во-вторых, изложение терминов и категорий сочетается с их практической значимостью. В-третьих, трактовка многих терминов и категорий по менеджменту, маркетингу, экономике, предпринимательству осуществлена не только с точки зрения российской действительности, но и зарубежной практики. При подготовке издания были использованы энциклопедические и экономические словари на русском и иностранных языках, периодическая печать, собственные труды авторов. Авторы Словаря не претендуют на исчерпывающее и окончательное определение содержания терминов, по которым продолжаются научные дискуссии, и выражают надежду, что читатель с пониманием отнесётся к трудностям, которые пришлось разработчикам преодолеть в ходе подготовки такого издания.

Содержание

| | |
|-----------------------------------|-----|
| М | 5 |
| Н | 159 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 181 |

**Александр Шамардин,
Юрий Зубарев
Энциклопедический
словарь терминов
по менеджменту,
маркетингу, экономике,
предпринимательству.
Том II**

М

МАГАЗИН (фр. *magasin* от гол. *magazijn*) – предприятие розничной торговли.

МАГАЗИН БЕСПОШЛИННЫЙ – магазин, торгующий товарами, освобожденными от акциза. Подобные магазины торгуют только для тех, кто вывозит товары из страны, поэтому при покупке необходимо предъявлять выездные документы (билеты). Стоимость акциза может быть возвраще-

на покупателя, вывозящему товар за границу, однако государство, в которое будет ввезен товар, может взять за него пошлину по своим таможенным тарифам. Подобная практика освобождает покупателя от двойного налогообложения.

МАГАЗИН ДЕНЕЖНЫЙ – мелкое финансовое учреждение, пытающееся конкурировать с банками и рассчитанное на частных лиц; специализируется на кредитовании, страховании и консультациях.

МАГАЗИН КОММЕРЧЕСКИЙ – магазин, торгующий по коммерческим (неконтролируемым государством) ценам при одновременном существовании госторговли.

МАГАЗИН КОМИССИОННЫЙ – предприятие торговли, осуществляющее реализацию товаров, принятых от организаций или граждан на комиссию.

МАГАЗИН ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ – предприятие торговли, осуществляющее реализацию отдельных групп продовольственных товаров, а при необходимости и непродовольственных товаров широкого спроса.

МАГАЗИН СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ – розничное заведение, предлагающее узкий товарный ассортимент значительной дифференциации.

МАГАЗИНАЖ – деньги, которые взимаются за хранение товаров в магазинах.

МАГАЗИНЫ РОЗНИЧНЫЕ (англ. *retail stores*) – предприятия розничной торговли. М. р. бывают различных типов и размеров, классифицируются по разным признакам. С точ-

ки зрения уровня предоставляемых услуг М. р. подразделяются на: а) магазины самообслуживания; б) магазины с ограниченным обслуживанием; в) магазины с полным обслуживанием. Исходя из предлагаемого ассортимента выделяются: специализированные магазины, универмаги, супермаркеты, дежурные магазины, супермагазины, комбинированные магазины и гипермаркеты. Со стороны уровня цен М. р. подразделяются на магазины сниженных цен, магазины со значительно сниженными ценами и магазины продажи по каталогам. По формам собственности и контроля М. р. бывают: магазины корпоративной сети, кооперативы розничных торговцев, кооперативы потребителей, торговые конгломераты.

МАГИСТР (от лат. *magister* – наставник; англ. *master*) – в США, Великобритании и других странах с англоамериканской системой высшего образования – вторая академическая степень, присуждаемая лицам, окончившим университет или приравненное к нему высшее учебное заведение и имеющим степень бакалавра, прошедшим дополнительный курс в течение 1–2 лет, сдавшим специальный экзамен и защитившим диссертацию. Как правило, по юридическим и медицинским специальностям степень М. не присуждается. Вместо нее принята степень доктора права (англ. *Doctor of Law*) и доктора медицины (англ. *Doctor of Medicine*). Высшая научная степень в гуманитарных специальностях – доктор философии (англ. *Doctor of Philosophy*) – присваивается М. после защиты специальной диссертации.

МАГИСТРАТ (лат. *magistrates*) – 1) в Древнем Риме лицо, занимающее государственную должность, представитель власти; 2) в России до 1885 г. выборное городское управление, ведавшее судебными делами; 3) в некоторых странах городское управление, муниципалитет.

МАГНАТ (от ср. – лат. *magnatus* – богатый, знатный человек) – 1) крупные феодалы, родовитая и богатая знать; 2) представители крупного промышленного и финансового капитала («магнаты капитала»).

МАГНИТ – крупный магазин, привлекающий покупателей в торговый центр.

МАЖОРИЗАЦИЯ (англ. *majorization* от ит. *maggiore* – большой) – условное, осуществляемое в рекламных целях участие инвестора в предварительной подписке на акции, которые он в действительности не намерен приобретать.

МАЖОРИТАРНЫЙ (фр. *majoritaire* от *majorite* – большинство) – относящийся к большинству, основывающийся на большинстве; мажоритарная система представительства в государственном праве система определения результатов голосования, при которой избранным считается кандидат, получивший большинство (абсолютное или относительное) голосов избирателей.

МАЙОРАТ (от лат. *major* – старший; англ. *right of primogeniture*) – система наследования недвижимости, по которой имущество (в основном земля) переходит к старшему в роде, а также сама наследуемая недвижимость.

МАК – Морская арбитражная комиссия.

МАКИАВЕЛЛИЗМ (по имени Н. Макиавелли) – 1) политическая доктрина, политика, при проведении которой интересы государства допускают пренебрежение нормами морали; 2) коварство, вероломство.

МАКЛЕР (англ. *broker*) – посредник при заключении сделок на бирже. Биржевые сделки М. производит за счет клиента, получая определенное вознаграждение в форме коммиссионных. М. обладает специальными правами на заключение сделок и обязан действовать в рамках этих полномочий: выполнять распоряжения своего клиента по поводу количества, качества, цены товаров, приобретаемых или реализуемых в каждом конкретном случае. Вознаграждение, получаемое М. за оказанные клиенту услуги, называется брокериджем (англ.) или куртажем (фр.), или провизионом (нем.). Размер данного вознаграждения определяется заранее и колеблется при товарных операциях в пределах от 0,25 до 2–3 %.

МАКЛЕР БИРЖЕВОЙ – первоначально торговец акциями и облигациями. Сейчас понимается обычно как частное лицо, которое продает ценные бумаги менее чем через год после их покупки и (услуг), объединенных общностью функционального назначения и выделившихся в самостоятельные производства под влиянием общественного разделения труда и специализации предприятий (обувь, одежда, мебель, продукты, жилье и др.). Термин применим также к

финансовому, кредитному и денежному рынкам.

МАКЛЕР ВЕКСЕЛЬНЫЙ – маклер, который ведет операции, аналогичные операциям, осуществляемым учетными домами, то есть покупает и продает переводные векселя. Кроме того, такой маклер может действовать и просто как посредник.

МАКЛЕР ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЙ – член биржи, который покупает и продает ценные бумаги только за свой счет. М. з. составляют только 5 % всех членов биржи. Их можно сравнить с частными маклерами на биржах ФРГ.

МАКЛЕРИАТ (от нем. *Makler*) – основной рабочий персонал биржи.

МАКЛЕР КУРСОВОЙ – биржевой маклер, ведающий котировкой курсов ценных бумаг или валюты.

МАКЛЕР ОПЕРАЦИОННЫЙ – член биржи, который выполняет поручения брокеров и получает за это определенное вознаграждение.

МАКЛЕР СВОБОДНЫЙ – независимый маклер на биржах Германии, торгующий за свой счет на неофициальном рынке.

МАКЛЕР СТРАХОВОЙ – посредник между страхователем и страховщиком (то же, что брокер страховой). Наиболее характерная фигура для немецкого и австрийского страховых рынков.

МАКЛЕР СУДОВОЙ – маклер, специализирующийся на бронировании чартеров, погрузочных площадей на гру-

зовых судах, иногда и билетов на пассажирские суда.

МАКЛЕРСКИЕ ФИРМЫ – один из видов посреднических фирм, выступающих посредниками в торговле биржевыми товарами. Специалисты этих фирм владеют широкой информацией о состоянии рынка, спросе и предложении на различные товары, М ф., как правило, поддерживают постоянные контакты с крупными банками, что дает возможность им во многих случаях финансировать сделки и выдавать поручательства за кредитоспособность покупателя.

МАКРОУРОВЕНЬ – уровень народного хозяйства в целом, в отличие от отраслевого уровня или уровня низовых хозяйственных звеньев (предприятий), или, например, уровень государственных финансов, в отличие от местных финансов (региональный уровень).

МАКРОМАРКЕТИНГ (от гр. *makros* – длинный, большой + маркетинг) – система хозяйственной деятельности в рамках относительно замкнутого рынка по направлению потока товаров от производителя к потребителю, в которой предусматривается участие в процессе производства всех производителей товара на паритетных началах и которая содействует удовлетворению потребностей общества в товарах и услугах.

МАКРОСРЕДА – совокупность демографических, экономических, природных, научно-технических, политических и культурных факторов, оказывающих решающее влияние на деятельность организации, фирмы, корпорации.

МАКРОЭКОНОМИКА (от греч. *makros* – большой + *oikonymike* – искусство ведения хозяйства, домоводство) – метод экономического анализа, основанный на оценке агрегированных (всеохватывающих) показателей. Элементы макроэкономического анализа встречаются уже у представителей классической школы политэкономии (одной из первых макроэкономических моделей является экономическая таблица Кенэ); экономическая наука, исследующая экономику как целое, а также важнейшие ее сектора (домохозяйства, бизнес, государственный сектор и т. д. или по другой классификации промышленность, сельское хозяйство, финансовый и страховой рынок, потребительский рынок и т. д.) и использующая для этого агрегированные макроэкономические показатели и их связи, например, с деньгами, занятостью, процентными ставками, государственными расходами, инвестициями и потреблением.

МАКСИМИЗАЦИЯ – 1) стремление или действия по достижению максимума чего-либо; 2) крайность в каких-либо требованиях, взглядах.

МАКСИМИЗАЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ – предпосылка неоклассической экономической теории, согласно которой индивиды и фирмы, исходя из имеющейся информации, максимизируют как полезность, так и прибыль.

МАКСИМИЗАЦИЯ ТЕКУЩЕЙ ПРИБЫЛИ – выбор фирмой такой цены на товар, которая обеспечит максимальное поступление текущей прибыли и наличности и макси-

мальное возмещение затрат. Выбор цены производится после оценки спроса и издержек применительно к разным уровням цен.

МАКСИМУМ (от лат. *maximum* – наибольшее) – максимальное, наибольшее количество, наибольшая величина.

МАКСИМУМ ДВОЙНОЙ – используемый в анализе состояния рынка график изменения курса каких-либо ценных бумаг, показывающий, что курс дважды поднялся до своего максимального уровня и вновь снижается. Это означает, что при данном максимуме существует предложение этих ценных бумаг и что рынок будет оказывать сопротивление повышению курса выше данного максимального уровня.

МАКРОСРЕДА (англ. *macroenvironment*) – совокупность демографических, экономических, природных, научно-технических, политических, культурных и прочих факторов, оказывающих решающее влияние на маркетинговую деятельность организации, фирмы, корпорации.

МАКРОЭКОНОМИКА (англ. *macroeconomics*; нем. *Macroeconomik*) – учение об общем уровне национально-го объема производства, занятости населения, безработицы, инфляции, цен, денежного обращения. М. имеет дело со свойствами экономической системы как единого целого, экономической жизни в широком плане. М. изучает факторы и результаты развития экономики страны и ее крупных районов. Объектами М. являются доход и богатство общества, темпы и факторы экономического роста. М.

изучает влияние рынка как целого на все другие элементы экономики. Макроэкономический подход исходит из того, что условия эффективного функционирования отдельного предприятия отнюдь не тождественны условиям эффективного функционирования экономики в целом. Макроанализ нацелен на решение народнохозяйственных проблем: борьба с инфляцией, безработицей, стимулирование экономической активности. Исходным импульсом развития М. явились экономические идеи английского ученого Джона Мейнарда Кейнса (1883–1946). Макроанализ, по Кейнсу, охватывает следующие проблемы: 1) чем определяется общий уровень занятости в экономике? 2) в чем состоит роль процентных ставок и чем определяется их уровень? В макроэкономической теории Кейнса достижение эффективного функционирования экономики находится на стороне потребительского и инвестиционного спроса, а исходным пунктом является проблема занятости населения. М. преследует конкретные цели и обладает соответствующими инструментами, с помощью которых можно обеспечить их реализацию. Американские экономисты П. Самуэльсон и В. Нордхаус в своем учебнике «Экономика» выделяют следующие цели и инструменты М. К целям М. они относят: 1) объем производства, который является основным показателем экономического роста. Наиболее всеохватывающим показателем, при помощи которого измеряется объем производства, по их мнению, является валовой национальный продукт (ВНП); 2) занятость и

безработица, ибо обеспечение полной занятости населения есть не только чисто экономическая цель общества, но и социальная цель, поскольку безработица ведет к ухудшению здоровья, психологическим стрессам; 3) цены и инфляция. Стабильные цены обеспечивают уровень инфляции, близкий к нулю. Обобщающим показателем уровня цен служит индекс потребительских цен (ИПЦ); 4) внешний баланс. Он представляет собой важнейшую экономическую проблему. Уменьшение внешнего дефицита – одна из главных целей государства. В число инструментов М. включают: 1) фискальную политику. В ней одним из основных инструментов выступают правительственные расходы и налоги. Правительственные расходы, формируя совокупные расходы, влияют на изменение реального ВВП. Что касается налогов, то их роль в М. двойственна. С одной стороны, они, сокращая доходы населения, уменьшают совокупный спрос и, следовательно, объем произведенного ВВП. С другой стороны, налоги могут влиять на рост ВВП. Это происходит в том случае, когда налоги на доходы снижаются, что стимулирует предпринимателей к росту инвестиций в производство; 2) денежная политика. Представляет собой второй главный инструмент М. Ее значение заключается в следующем. Замедление роста массы денег вызывает повышение ставки процента, чем сдерживает инвестиции в производство и, таким образом, ведет к уменьшению ВВП и смягчению инфляционных процессов. Ускорение же роста массы денег, наобо-

рот, понижает ставку процента, что, в свою очередь, вызывает экономическую активность посредством стимулирования инвестиций в производство; 3) политика регулирования доходов. Она составляет третье направление макроэкономической политики. Это своего рода политика «зарплаты – цены». Ее диапазон: от свободного установления зарплаты и цен до декретного контроля; 4) внешнеэкономическая политика. Данное направление включает в себя достаточно емкий инструментарий: контроль над экспортом и импортом, регулирование обменного курса, тарифы или субсидии, стимулирование безработицы во имя стабилизации внешней торговли. Правительство должно умело владеть макроэкономическими инструментами, отчетливо представлять цели М. Кроме того, макроэкономическая политика допускает отбор альтернативных целей. Выбор целей и их реализация нередко действуют в противоположных направлениях. Так, невозможно одновременно наращивать объем и уровень потребления и обеспечить высокие темпы экономического роста. Подобные противоречия отмечаются между инфляцией и безработицей. Уменьшение инфляции может протекать в условиях роста безработицы. Однако наблюдается ситуация, когда одновременно растет безработица и усиливается инфляция. До недавнего времени в нашей экономической литературе господствовало мнение, согласно которому М. является категорией буржуазной политической экономии. Однако даже в таких условиях отдельные ученые исследовали

макроэкономическую проблематику. Значительный вклад в разработку теории экономического роста – составной части М. – внесли Н. Д. Кондратьев, Л. В. Канторович, В. С. Немчинов, В. В. Новожилов, А. И. Анчишкин и др. Советские ученые и исследователи макроэкономической теории нерыночной экономики успешно использовали экономико-статистический аппарат производственной функции, широко применяли метод «затраты – выпуск», именуемый в нашей стране межотраслевым балансом народного хозяйства, сочетали балансовые методы с эконометрическими. Плодотворную, на наш взгляд, попытку осуществить сравнительный анализ М. плановой (нерыночной) и предпринимательской (рыночной) систем предпринял В. К. Фальцман. Советская макроэкономическая теория прошла три этапа. Первый этап охватывает период с 30-х до 50-х годов. На этом этапе в макроэкономической науке наблюдалось полное господство взглядов, согласно которым высокие темпы экономическо-го роста характерны исключительно для плановой системы. Второй этап – начало 60-х и первая половина 80-х годов – отмечался тем, что в этот период в нашей стране сформировались основы теории интенсификации и эффективности производства. Утвердилось суждение, что только на основе углубления интенсификации и повышения эффективности производства возможно ускорение экономического роста. Третий этап начался со второй половины 80-х годов. Он характеризуется тем, что была выдвинута теория нового

качества экономического роста, согласно которой проблема экономического роста не может быть сведена лишь к ее количественной стороне. Изучение М. в настоящее время исключительно актуально по многим причинам. Здесь выделим две из них. Во-первых, явления М. имеют определяющее значение в успехах и неудачах нации, страны. Во-вторых, нация может воздействовать на собственное экономическое положение посредством макроэкономической политики.

МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛЕБАНИЕ КУРСА (англ. *maximum price fluctuation*) – максимальная величина колебания курса контракта в ту или иную сторону в течение одной биржевой сессии, определяемая правилами биржи.

МАКСИМИЗАЦИЯ ВЫБОРА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (англ. *maximize choice*) – одна из альтернативных общественных целей маркетинга, в соответствии с которой требуется обеспечить такое разнообразие товаров, когда потребители имели бы возможность удовлетворить свои запросы в полном объеме.

МАКСИМИЗАЦИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ (англ. *maximize life quality*) – одна из альтернативных общественных целей маркетинга, в соответствии с которой маркетинг должен не только обеспечить необходимые количество, качество, разнообразие и доступность товаров по приемлемым ценам, но и качество культурной и физической среды обитания людей.

МАКУЛАТУРА (от лат. *maculare* – пачкать) – использованные бумажные, картонные изделия и бумажные отходы, идущие на переработку.

МАЛАЯ ГРУППА – социальная группа, члены которой находятся в непосредственном межличностном взаимодействии. Количественный состав М. г. не превышает нескольких десятков человек. Совокупность М. г., функционирующих в различных сферах жизнедеятельности общества, является социальной средой, непосредственно воздействующей на формирование и развитие личности. Впервые к систематическому исследованию М. г. обратился в начале XX столетия американский социолог Ч. Кули. Дальнейшие исследования М. г. развивались в рамках социальной психологии, микросоциологии, интеракционизма, теории поля К. Левина. В этих исследованиях был открыт ряд феноменов группового сознания и взаимодействия: эффект присутствия группы и его влияние на индивидуальную деятельность, групповое давление и конформизм, социометрическая и ролевая структура группы, динамика внутри группового взаимодействия и формирования сплоченности М. г. и т. д.

МАЛАЯ ОТКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА (англ. *small open economy*) – экономика, в которой ставка процента задана условиями мирового финансового рынка; экономика, незначительные размеры которой не позволяют оказывать существенного влияния на процессы на мировом рынке, в

частности, на движение мировой ставки процента.

МАЛОИМУЩИЕ – социальный слой общества, состоящий из людей, не имеющих прожиточного минимума, находящихся у черты бедности.

МАЛООБЕСПЕЧЕННЫЙ – обладающий только прожиточным минимумом; недостаточно обеспеченный.

МАЛЬТУЗИАНСКАЯ ЛОВУШКА (англ. *Malthusian trap*) – гипотеза, согласно которой рост населения и ограниченность возможностей производства продуктов питания будут удерживать большинство населения на грани голода. Гипотеза не подтверждается в развитых странах со времен промышленной революции.

МАЛЬТУЗИАНСТВО – теория народонаселения, разработанная на рубеже XVIII и XIX веков Р. Мальтусом и утверждающая, что средства существования людей в силу действия «закона убывающего плодородия почвы» не могут возрастать быстрее, чем в арифметической прогрессии, в то время как население удваивается каждые 25 лет, возрастая в геометрической прогрессии. Мальтузианство, таким образом, утверждало, что главная причина бедности мало или вовсе не зависит от экономических факторов, поскольку она обусловлена «естественными законами и человеческими страстями», чрезмерным размножением, которым не могут противостоять никакие экономические реформы.

МАНАТ – денежная единица Азербайджана (азербайджанский манат) и Туркменистана (туркменский манат).

МАНАТКИ (польск. *manatki* – пожитки от ит. *manata* – узелок) – мелкие вещи, пожитки.

МАНГОНИЗАЦИЯ (лат. *mangonozo* – фальсифицировать товар) – подделка товаров.

МАНДАТ (от лат. *mandatum* – поручение; англ. *mandate*) – 1) полномочие, наказ, порой ставка процента задана условиями мирового финансового рынка; экономика, незначительные размеры которой не позволяют оказывать существенного влияния на процессы на мировом рынке, в частности, на движение мировой ставки процента.

МАНДАТ ДИВИДЕНДНЫЙ – приказ акционера компании выплатить дивиденд третьему лицу или перевести на его банковский счет (в Великобритании).

МАНЕВРИРОВАНИЕ (фр. *manoeuvre* – маневр) – изменения управляемых параметров системы без нарушения общей стратегии управления.

МАНЕВРИРОВАТЬ – 1) производить маневр, маневры; 2) передвигаться в обход препятствий, лавировать; 3) действовать обходным путем, прибегать к уловкам, изворачиваться; 4) умело распоряжаться, искусно пользоваться чем-либо, производя перераспределение, переброску.

МАНЕКЕН (фр. *mannequin* от фламанд. *manekin* – человек) – фигура из дерева или пластмассы в форме человеческого тела для примерки или показа одежды.

МАНЕРА (фр. *maniere*) – 1) прием, способ что-либо делать; привычка; 2) манеры – способ держать себя, внешние

формы поведения; 3) отличительные черты творчества какого-либо художника или писателя, его стиль.

МАНИПУЛЯЦИЯ (фр. *manipulation* от лат. *manipulus* – горсть) – 1) движение рук, связанное с выполнением определенной операции; 2) махинация, проделка; 3) незаконная операция купли-продажи ценных бумаг с целью повышения или понижения цены, чтобы побудить других к покупке или продаже.

МАНИПУЛИРОВАНИЕ РЫНКОМ (англ. *rigging a market*) – стремление получить прибыль на рынке (обычно – ценных бумаг или биржевых товаров) посредством искажения нормального действия рыночных сил. Нередко это предполагает вначале использование на рынке длинной позиции (*long position*), т. е. игры на повышение, или короткой позиции (*short position*), т. е. игры на понижение, в достаточно крупных масштабах, оказывающих существенное влияние на уровень цен, а затем – поддержание на рынке повышающей либо понижающей тенденции за счет дальнейших закупок или продаж.

МАНИФЕСТ (от лат. *manifestus* – явный; англ. *manifesto*) – 1) акт верховной власти в форме торжественного обращения к народу в связи с каким-либо крупным политическим событием; 2) обращение, декларация общественных организаций, политических партий, имеющие программный характер; 3) изложение творческих принципов какого-либо литературного или художественного направления, группы; 4) до-

кумент, содержащий перечень коносаментов и предъявляемый судовой администрацией таможенным органам, а также агентам и стивидорным компаниям в портах назначения.

МАНИФЕСТ ГРУЗОВОЙ – опись всех коносаментных партий, погруженных на данное судно. Составляется отдельно для каждого порта выгрузки на основании коносаментов, используется для организации выгрузки и предъявляется в порту выгрузки таможенным властям. Подобный документ выписывается и на контейнер со сборным грузом (на несколько отправок); в нем указываются: номер контейнера, номер пломбы, номера сквозных коносаментов, номер рейса, название судна, наименование отправителя, получателя, груз, количество мест, кубатура, вес по каждому коносаменту и т. д. Используется для таможенной «очистки» судна и груза в иностранном порту; содержит все основные данные по грузам, находящимся на борту судна.

МАНИФЕСТ ФРАХТОВЫЙ – документ, содержащий ту же информацию, что и грузовой манифест, а также дополнительные данные, касающиеся платы, взимаемой за провоз, расходов и т. д.

МАНКО (ит. *manko* – буквально недостаток; нем. *das Manko*) – недочет в кассовых суммах в результате ошибок в записях либо просчета кассира; недовес в товаре.

МАНТО (фр. *manteau*) – термин, обозначающий титр акции, облигации.

МАНТО АКЦИОННОЕ – состояние фирмы, не про-

водящей предпринимательской деятельности, но сохраняющейся как юридическое лицо, функционирующей чисто формально; теневое предприятие.

МАНУФАКТУРА (лат. *manufactura*) – мануфактурное производство, господствовавшее в Западной Европе в XVI–XVIII вв.; способ производства и тип предприятий, характеризующиеся разделением труда и его кооперацией, но при сохранении ручного труда, ремесленничества, низком уровне используемой техники.

МАНЦИПАЦИЯ (лат. *mancipatio*) – передача купленной вещи в собственность.

МАРГИНАЛЫ – люди, находящиеся вне рамок основных социальных структурных образований данного общества. В современных условиях это безработные, мигранты, беженцы, «бомжи» и др.

МАРГИНАЛИЗАЦИЯ (англ. *marginaliization*) – разрушение государственного общества, представляющее собой процесс распада социальных групп, разрыв традиционных связей между людьми, потерю индивидами объективной принадлежности к определенной социальной общности, чувства причастности к конкретной профессиональной или этнической группе.

МАРГИНАЛЬНОСТЬ – 1) пребывание у низшего предела: почти убыточность – для предприятия, около черты бедности – для населения; 2) использование предельных величин при анализе экономических явлений (предельной по-

лезности, предельной производительности, предельной ликвидности).

МАРГО (от лат. *margo* – край) – чистое место на краях торгового письма, оставленное для пометок.

МАРДЖИН (англ. *margin*) – условие договора морской перевозки груза, согласно которому в чартере для перевозки массовых навалочных или насыпных грузов оговаривается разница между минимальным количеством груза, которое судно обязано принять к перевозке, и максимальным, которое судовладелец имеет право требования от фрахтователя.

МАРЖА (от фр. *marge* – поле (страницы), край) – термин, применяемый в банковской, биржевой, торговой, страховой практике для обозначения разницы между процентными ставками, курсами ценных бумаг, ценами товаров и другими показателями: 1) разница между ставками по привлекаемому и предоставляемому кредитам; между ставками по кредитам, предоставляемым различным категориям заемщиков; суммой обеспечения, под которое предоставлен кредит и суммой выданного кредита и др.; 2) дополнительная доля по депозиту, залоговому обеспечению или допустимым колебаниям курса валюты; 3) в товарных сделках – денежная сумма или залог, помещенный клиентом у брокера или в расчетной палате в целях страхования от возможных потерь по открытым фьючерским контрактам. М. не является частью платежа за товар. Поддерживаемая маржа – сумма, которую необходимо держать в депозите у брокера в течение

всего времени сделки. М. возвращается после ликвидации биржевого контракта или идет в оплату поставки товара и вносится только при неблагоприятном изменении цен; 4) метод котировки форвардных валютных курсов; 5) на биржевых рынках акции могут быть куплены «с маржей», то есть покупатель платит наличными немедленно только часть цены, прибегая тем самым к кредиту брокера; 6) иногда употребляется в том же значении, что и депозит.

МАРЖА БАНКОВСКАЯ (англ. *bank margin*) – разница между ставками по привлекаемым и предоставляемым кредитам; между ставками по кредитам, предоставляемым различным категориям заемщиков; между суммой обеспечения, под которое предоставлен кредит, и суммой выданного кредита; между банковскими процентными ставками по кредитам и по вкладам.

МАРЖА ВАЛОВАЯ – разность между выручкой от реализации продукции и переменными затратами. М. в. – это расчетный показатель, сам по себе он не характеризует финансового состояния предприятия или какого-либо его аспекта, но используется в расчетах ряда показателей. Отношение валовой маржи к сумме выручки от реализации продукции называется коэффициентом валовой маржи.

МАРЖА ВАРИАЦИОННАЯ – дополнительный гарантийный депозит в срочной биржевой торговле (по результатам движения цен в течение дня); в случае благоприятного движения цен может выплачиваться обратно.

МАРЖА ДЕМПИНГОВАЯ – отношение нормальной стоимости товара за вычетом экспортной цены такого товара к его экспортной цене. Демпинговая маржа определяется на основе сопоставления нормальной стоимости товара, являющегося предметом антидемпингового расследования, в государстве экспортера и экспортной цены указанного товара. Если определить нормальную стоимость товара, являющегося предметом антидемпингового расследования, в государстве экспортера не представляется возможным вследствие того, что в государстве экспортера отсутствует производство такого товара или его продажа в целях потребления при обычном ходе торговли либо продажа такого товара на внутреннем рынке государства экспортера составляет менее 5 % импорта такого товара в РФ, либо в государстве экспортера имела место простая переотправка товара в РФ, либо в государстве экспортера при проведении антидемпинговых расследований используются иные методы определения нормальной стоимости товара, федеральный орган исполнительной власти может определять демпинговую маржу на основе сопоставления экспортной цены такого товара с его себестоимостью в стране происхождения товара или подходящем третьем государстве с учетом необходимых производственных, торговых, административных затрат, общих издержек, а также прибыли. Себестоимость товара, являющегося предметом антидемпингового расследования, подсчитывается на основе данных производителя или экспортера

при условии, что указанные данные соответствуют правилам бухгалтерского учета и отчетности в государстве экспортера или происхождения товара и объективно отражают производственные и торговые издержки. Производственные, торговые, административные затраты и общие издержки, а также прибыль определяется на основе данных о производстве и продаже товара при обычном ходе торговли. Если определить указанные показатели таким образом не представляется возможным, они определяются по усмотрению федерального органа исполнительной власти на основе всей имеющейся информации при условии, что подсчитанная в данном случае прибыль не превысит прибыль, обычно получаемую другими производителями в стране происхождения товара, являющегося предметом антидемпингового расследования. Сопоставление экспортной цены товара и его нормальной стоимости при определении демпинговой маржи должно проводиться применительно к одной и той же стадии торговой операции с товаром. Под стадией торговой операции с товаром понимается базис поставки товара в соответствии с Международными правилами толкования торговых терминов. В случаях, если отсутствуют данные об экспортной цене товара или возникли сомнения в отношении сведений о ней либо если имеются основания предполагать наличие ограничительной деловой практики в форме сговора в отношении экспортной цены товара, экспортная цена товара может быть определена федеральным органом испол-

нительной власти на основе всей имеющейся информации.

МАРЖА КОТИРУЕМАЯ – разница между двумя уровнями доходности или между индексом-ориентиром и ценой акции.

МАРЖА КРЕДИТНАЯ – разность между двумя показателями в договорах займа – между оценочной стоимостью товара и размером выданной под него ссуды.

МАРЖА ПРИБЫЛИ – показатель прибыли в процентах к объему реализованной продукции или капиталу.

МАРЖА ССУДНАЯ – разница между стоимостью привлеченных средств банка и доходом от кредитования.

МАРЖА ФОРВАРДНАЯ – разница (дисконт или премия) между курсом валюты по сделкам за наличный расчет («спот») и курсом валюты по срочным сделкам.

МАРЖИНАЛИЗМ (от фр. *marginal* – предельный) – один из основных методологических принципов неоклассической политэкономии, основанный на использовании предельных величин в анализе экономических явлений (классическая политэкономия – от А. Смита до К. Маркса – оперировала средними величинами, «нормальными условиями», что не только задавало ей определенные содержательные границы, но и искажало в ее оценках реальную картину рынка, лишало экономические категории необходимого динамизма). В истории экономической мысли принцип маржинализма явился ядром ряда экономических открытий последней трети XIX века, которые принято объединять термином

«маржиналистская революция». В современной экономической теории основные категории М. (предельная полезность, предельная производительность и др.) используются в анализах спроса и предложения, в построениях моделей рыночного равновесия. М. – направление западной экономической мысли, основанное на использовании предельных (дополнительных) величин для исследования экономических законов и категорий. М. – один из вариантов теории стоимости, альтернативный трудовой теории стоимости. М. исходит из того, что стоимость материального блага определяется не общественно необходимыми затратами труда, а предельной полезностью блага, связанной с его редкостью и отражающей субъективную оценку покупателя. Согласно теории предельной полезности, последовательное добавление одинаковых величин запаса того или иного блага, которым располагает экономический субъект, в известный момент вызывает сокращение единицы полезности этого блага. Полезность последней единицы запаса, или предельная полезность блага, и определяет величину его ценности, или стоимости.

Идея, согласно которой цена блага определяется его полезностью, была высказана еще в XVIII в. Э. Кондильяком (Франция) и Ф. Галиани (Италия). Например, Ф. Галиани считал, что пропорции, в которых один товар обменивается на другой, зависят от того, как контрагенты обмена оценивают полезность данных товаров. Впервые использование маржинального анализа в экономической теории было предло-

жено в середине XIX в. А. Курно (Франция), И. Тюненом, Г. Госсеном (Германия). Концепции предельной полезности благ как меры ценности благ и основания цен появились в 70-е гг. XIX в. (К. Менгер (Австрия), У. Джевонс (Великобритания), Л. Вальрас (Швейцария). Суть их концепций заключается в том, что величина меновой ценности определяется интенсивностью потребности в определенном благе. Следовательно, определяющее значение в ценообразовании, по их суждению, имеет полезность блага, а не трудовые затраты. В продолжение всего XX в. теория предельной полезности совершенствовалась и развивалась. Широкое применение математического аппарата позволило внести в нее значительные изменения в содержательном плане. Несмотря на субъективно-психологическую трактовку экономических законов и категорий, М. разработаны теоретические основы рационального хозяйствования: проблемы рынка, ценообразования, денежного обращения, технико-экономических взаимосвязей производства, оптимального распределения и использования ограниченных ресурсов. Следует отметить, что аналитический инструментарий М. может быть использован и в исследовании проблем повышения экономической эффективности в народном хозяйстве Российской Федерации. Итак, М. является особой теоретической системой, методология которой заключается в трактовке экономических законов и категорий как субъективно-психологических понятий. М. принадлежит приоритет в замене термина «поли-

тическая экономика» термином «экономике». Впервые это сделал У. Джевонс, позднее – А. Маршалл.

МАРЖИНАЛИСТЫ – последователи направления экономической науки, зародившегося в 1870-е гг., на котором базируется современная неоклассическая экономическая теория. Созданное независимо друг от друга У. Джевонсом (1835–1822) и Л. Вальрасом (1834–1910), это направление утверждает, что экономическая стоимость определяется меновым курсом (или ценой) последней единицы поступившего на рынок товара.

МАРКА (нем. *Mark*, фин. *Markka*, англ. *brand*) – знак, символ, название, термин, рисунок или их комбинация, идентифицирующие продукт продавца или группы продавцов и дифференцирующие его от продукта конкурентов. М. может включать марочное имя, марочный знак и товарный знак. Исходя из того, под какой М. продается продукт, различают две ее разновидности: а) марка производителя; б) частная марка. Нередко потребители на основе своего мнения о продуктах формируют имидж марки продуктов конкретного предприятия. М. – 1) имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от товаров и услуг конкурентов; 2) денежная единица германских государств, равная 100 пфеннигам. Название произошло от одноименной старинной меры веса в полфунта серебра. В 1871 г. в качестве единой денеж-

ной единицы в Германской империи была введена золотая марка, заменившая серебряные талер и гульден и золотой талер. До конца 2001 г. в обращении в Германии находилась единая немецкая марка, которая с 2002 г. заменена на евро; 3) денежная единица Финляндии, равная 100 пенни, введена в 1860 г. С 2002 г. заменена на евро.

МАРКА ГЕРБОВАЯ – вид гербового знака. Путем продажи М. г. взимался гербовый сбор при подаче заявлений гражданско-правового характера в административные и судебные органы.

МАРКА ГРУЗОВАЯ – знак, наносимый на обоих бортах морских судов для обозначения минимальной высоты надводного борта, которую может иметь данное судно при различных условиях плавания.

МАРКА НЕРЕКЛАМИРУЕМАЯ – торговая марка, используемая для дешевых товаров невысокого качества в силу этого не нуждающихся в больших затратах на рекламу.

МАРКА ПОЧТОВАЯ – знак оплаты сбора за пересылку почтовых отправок; выпускаются почтовыми ведомствами.

МАРКА ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ – клеймо, проставляемое на изделиях, которые выпускают предприятия, или на их упаковке в целях индивидуализации изготовителя.

МАРКА ТОРГОВАЯ – оригинально оформленный и отличительный знак, который торговые предприятия вправе помещать на реализуемых ими изделиях, изготовленных по

их заказу: графическое изображение, оригинальное название, особое сочетание цифр, букв или слов, оригинальная упаковка.

МАРКА ФАБРИЧНАЯ – обозначение, содержащее информацию об изготовителе товара. Равнозначна понятию «производственная марка».

МАРКЕР (фр. *marqueur* от *marquer* – отмечать) – специальный знак, наносимый на машинный носитель информации для выполнения служебной функции, обеспечивающей обработку информации.

МАРКЕТ-МЕЙКЕР (англ. *market-maker*) – 1) участник торговли на рынке ценных бумаг, который в соответствии с правилами торговли на рынке ценных бумаг принимает на себя дополнительные обязательства, позволяющие в интересах участников торговли и клиентов повысить ликвидность рынка ценных бумаг и содействовать формированию справедливой рыночной стоимости ценных бумаг; 2) управляющий андеррайтер и некоторые или все участники синдиката андеррайтеров, которые предлагают купить или продать акции по твердой цене на открытом рынке, помогая тем самым поддерживать интересы финансового сообщества и обеспечивая поддержку цены акций компании на вторичном рынке.

МАРКЕТИКС (англ. *marke(ting)* – маркетинг + *ethics* – этика) – система поведения организаторов бизнеса, направленная на придание рыночным отношениям черт, соот-

ветствующих стандартам общечеловеческой морали и нравственности.

МАРКЕТИНГ (англ. *marketing* от *market* – рынок, сбыт) – 1) в общем значении это работа с рынком ради осуществления обменов с целью удовлетворения человеческих нужд и потребностей. Основу М. составляют разработка товара, исследование рынка, налаживание коммуникаций, организация распределения, установление цен, развертывание службы сервиса. Основные рабочие понятия М. – нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок. Различают дифференцированный М. – выступление в нескольких сегментах рынка с разработкой отдельной программы для каждого из них, концентрированный М. – концентрация усилий на большой доле одного или нескольких субрынков, массовый М. – выступление с одним товаром для всех покупателей, целевой М. – разработка товаров и комплексов М. в расчете на каждый из отобранных сегментов рынка. Управление маркетингом – это анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, воздействующих на уровень, время и характер спроса с целью получения прибыли, роста объема сбыта, увеличения доли рынка. Цель М. – сделать усилия по сбыту ненужными, так хорошо познать клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами; 2) анализ конъюнктуры товарного рынка, направленный на выявление потенциальных рынков сбыта, с учетом выявленных и предпола-

гаемых потребностей, а также перспектив предприятия в области исследований и оптимизации производства в русле существующих требований. С экономической теорией М. связывают: необходимость экономических расчетов и оценок, анализ конъюнктур товарных рынков, исследования в области ценообразования. В маркетинге также используются данные статистики, социологии, психологии и в определенных случаях – система национальных счетов.

МАРКЕТИНГ БЕСПРИБЫЛЬНЫЙ – применение принципов маркетинга к организациям, не ориентирующимся на прибыльность. Примерами могут служить симфонические оркестры, музеи и благотворительные организации.

МАРКЕТИНГ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ – совокупность производителя, одного или нескольких оптовых продавцов и одного или нескольких мелкооптовых (розничных) продавцов, действующая как единая система сбыта. При этом один из членов системы-канала распределения – обладает правом собственника (например, генеральный дистрибьютор) над остальными членами канала распределения (дилерами) и предоставляет им торговые привилегии, а также обеспечивает их полное сотрудничество в рамках принятого соглашения.

МАРКЕТИНГ ИДЕЙ (англ. *ideas marketing*) – разновидность маркетинга, нацеленного на изменение отношения к тем или иным социальным явлениям, в частности таким, как снижение уровня потребления спиртного, табака, защи-

та окружающей среды и др., на выработку и продвижение различных идей.

МАРКЕТИНГ КОНВЕРСИОННЫЙ – разновидность маркетинга, характерной чертой которого являются создание и формирование спроса при наличии неблагоприятных условий для предложения товаров и развитие его до уровня, соразмерного предложению товаров или услуг. Задачей М. к. является разработка плана мероприятий по преодолению негативного отношения отдельных категорий граждан и предприятий к данному товару и вовлечению их в круг потенциальных потребителей. При этом особенно важна целенаправленная рекламная деятельность, организация разветвленной и доступной сети сервисного обслуживания и ремонта.

МАРКЕТИНГ МАССОВЫЙ – маркетинговые действия в области производства, распределения, сбыта и стимулирования продажи однотипных товаров для массового потребителя. М. м. используется по товарам и изделиям, для которых априори предполагается широкий рынок сбыта. Это могут быть продукты питания, одежды и т. п.

МАРКЕТИНГ МЕЖДУНАРОДНЫЙ – маркетинг товаров и услуг за пределами страны, где находится организация.

МАРКЕТИНГ, ОБЩЕСТВЕННЫЙ – разработка, претворение в жизнь и контроль за выполнением программ, имеющих целью добиться восприятия целевой группой (или

целевыми группами) общественной идеи, движения или практики. Для достижения максимальной ответной реакции целевой группы в процессе общественного маркетинга прибегают к сегментированию рынка, изучению потребителей, разработке замысла, разработке коммуникаций, приемам облегчения усвоения, стимулам и использованию приемов теории обмена.

МАРКЕТИНГ ОРГАНИЗАЦИЙ – деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения позиций и/или поведения целевых аудиторий по отношению к конкретным организациям.

МАРКЕТИНГ ПРЯМОЙ – 1) завершающий процесс рекламной деятельности, ориентированной непосредственно на заключение торговой сделки, покупки в конкретной розничной торговой точке. В отличие от других разновидностей рекламы, М. п. не включает в себя деятельность по стимулированию потребительских запросов для будущих покупок, сделок; 2) маркетинг, направленный на индивидуального потребителя в соответствии со списком клиентов, составленным самой фирмой (банком). Как правило, используются массовые средства связи: почта, телефон. Реализуется в несколько «шагов» общения с клиентом, начиная с рассылки письма с предложением товара или услуги, каталога, проспекта и т. д.

МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ (англ. *societal marketing*) – принцип просвещенного марке-

тинга, в соответствии с которым предприятие принимает маркетинговые решения, учитывая запросы потребителей, требования самого предприятия, а также долгосрочные интересы общества и потребителей. Когда предприятие не удовлетворяет запросы общества и потребителей, то оно не выполняет своей социальной миссии. Поэтому оно создает продукты, использование которых не только приятно, но и доставляет пользу обществу и потребителю.

МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНЫЙ (англ. *social marketing*) – одна из разновидностей маркетинговой деятельности, суть которой состоит в разработке, реализации и контроле социальных программ, нацеленных на повышение уровня восприятия определенных слоев общественности тех или иных социальных идей, движений или практических действий. М. с. выдвигает самые различные цели, в их числе можно выделить следующие: а) достижение понимания, например, питательных ценностей продуктов питания); б) побуждение к единовременному действию, скажем, участию в кампании массовых прививок; в) стремление изменить поведенческие привычки, в частности, пользование автомобильными ремнями безопасности; г) изменение основополагающих представлений (у работодателей, что труд инвалидов также может быть высокоэффективным). Разрабатывая стратегию социальных перемен, необходимо определить цели социальных изменений, затем следует провести анализ убеждений, отношений, ценностных представлений и поведенческих прояв-

лений конкретного общественного слоя; оценить варианты осуществления коммуникаций с этим общественным слоем, доведения до него мероприятий плана маркетинга; в конце разрабатывается план маркетинга и создается маркетинговая организация, реализующая и контролирующая его выполнение. М. с., как правило, используется государственными и общественными организациями.

МАРКЕТИНГ УСЛУГ (англ. *services marketing*) – одна из разновидностей, в которой в качестве продукта выступает услуга. М. у. применяют государственный некоммерческий сектор (больницы, школы, почта, охрана общественного порядка, военные службы и т. д.), частный некоммерческий сектор (кинотеатры, колледжи, фонды, больницы и т. д.) и коммерческий сектор (авиакомпании, банки, отели, юридические и консультационные фирмы, ремонтные фирмы и т. д.). М. у. включает: а) внешний маркетинг, нацеленный вне предприятия на его клиентов; б) внутренний маркетинг и интерактивный маркетинг. Реализуя М. у., предприятия решают три основные задачи: создают услуги, осуществляя их дифференциацию и обеспечивая их новизну, более низкие цены, лучшие условия предоставления услуг; обеспечивают высокое качество услуги; обеспечивают оптимальный уровень производительности при предоставлении услуг без снижения их качества.

МАРКЕТИНГ ЦЕЛЕВОЙ – разграничение сегментов рынка, выбор одного или нескольких из этих сегментов и

разработка товаров и комплексов маркетинга в расчете на каждый из отобранных сегментов.

МАРКЕТИНГ ЦЕНОВОЙ – одна из форм реализации стратегии маркетинга, характеризующая управление ценой продукции с целью обеспечения сформулированных стратегией задач.

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (англ. *marketing research*) – сбор, систематизация и анализ сведений по различным вопросам маркетинговой деятельности. М. и. представляет собой функцию, позволяющую посредством информации связывать маркетологов с рынками, потребителями, конкурентами, со всеми элементами внешней среды маркетинга. М. и. включает в себя четыре этапа: 1) определение проблемы и целей исследования; 2) разработка плана исследований; 3) реализация плана исследований; 4) интерпретация полученных результатов и их доведение до руководства. Различают следующие виды М. и.: казуальное исследование (*casual research*) – исследование для проверки гипотез относительно причинно-следственных связей маркетинга с факторами внешней и внутренней среды; описательное (дескриптивное) исследование (*descriptive research*) характеризует маркетинговые проблемы, ситуации, рынки, например, демографическую ситуацию, отношение потребителей к продукции данного предприятия; основано на реальных фактах, событиях, статистических данных; разведочное исследование (*exploratory research*) предшествует всем

другим видам исследования. Его цель – сбор информации, необходимой для более полного определения проблем и выдвижаемых предположений; экспериментальное исследование (*experimental research*) – сбор первичной информации посредством выбора однотипных групп обследуемых, выдачи им разных заданий, контроля за факторами, которые влияют на результаты, и сравнения различий в групповых реакциях.

МАРКЕТОЛОГ (англ. *marketing specialist*) – специалист, выполняющий или организующий выполнение одной или нескольких функций маркетинга (сбыт, продвижение, маркетинговые исследования, ценообразование, разработка планов маркетинга и др.). М. – специалист по анализу, изучению рынка.

МАРКЕТОЛОГИЯ (от англ. *market* – рынок + гр. *logos* – слово, учение) – научное направление, изучающее маркетинг.

МАРКИРОВКА (от фр. *marquer* – отмечать) – идентификационные условные обозначения, наносимые на упаковку каждого грузового места (ящика, клетки, мешка и т. п.), содержащие данные, необходимые для надлежащей перевозки и сдачи груза получателю. Отсутствие надлежащей маркировки может лишить страхователя права получателя страхового возмещения.

МАРКИРОВКА ОТПРАВИТЕЛЬСКАЯ – данные на упаковке груза, указывающие пункты отправления и назна-

чения, наименование отправителя и получателя, общее число мест, масса брутто и нетто.

МАРКИРОВКА ПРОДУКТА (англ. *product marking*) – отнесение к какому-либо продукту сообщений, которые идентифицируют его содержание и использование.

МАРКИРОВКА СПЕЦИАЛЬНАЯ – предупредительные знаки и надписи на упаковке товара, предписывающие способ обращения с товаром при его хранении, перегрузке и перевозке или использовании.

МАРКИРОВКА ТОВАРНАЯ – данные на упаковке груза, включающие: наименование груза, заводскую марку, сорт, время выпуска.

МАРКИРОВКА ТРАНСПОРТНАЯ – данные на упаковке грузового места, которые указывают число мест в партии, перевозимой по одному транспортному документу, и порядковый номер грузового места в партии. Например, для оборудования номер места проставляется дробью, в которой числитель – порядковый номер места, знаменатель – общее число мест, в которых указана комплектная единица оборудования. М. т. наносится перевозчиком или его агентом.

МАРКСИЗМ – учение, теория, метод анализа и способ действий, разработанные К. Марксом, Ф. Энгельсом и их последователями. Марксистская экономическая теория представляет собой ядро исторического материализма, сущность концепции, применяемой Марксом и Энгельсом для объяснения возникновения, развития и прекращения существова-

ния экономических систем. В соответствии с историческим материализмом развитие человечества протекает на основе взаимодействия экономического базиса и различных аспектов надстройки – социального, психологического и идеологического; оно обусловлено противоречием между быстро растущими производительными силами и более инертными производственными отношениями, которое проявляется в классовой борьбе – движущей силе истории. Экономические законы при этом не отличаются незыблемостью: они представляют собой лишь формулировки, в которых выражена динамика развития противоречий между производительными силами и производственными отношениями. Достигнув определенного предела, это противоречие влечет за собой ломку существующих общественных структур; тем самым вводятся в действие иные экономические законы. Как последователи трудовой теории стоимости, сторонниками которой были А. Смит и многие его предшественники, основоположники марксизма доказывали, что единственной мерой стоимости выступает труд. Точнее, стоимость товара может быть выражена в количестве рабочего времени, общественно необходимого для производства данного товара. Марксисты рассматривали рабочую силу как специфический вид товара. Отличительная черта товара «рабочая сила» – способность производить стоимость сверх той, которая необходима для его содержания. Так возникла категория «прибавочная стоимость». Наличие собственников средств производства, кото-

рые присваивают результат труда – прибавочную стоимость, есть основа капиталистической системы. Присвоение прибавочной стоимости является основой возникновения антагонизма между капиталистами и трудящимися и движущей силой классовой борьбы. Опираясь на разработанный Марксом закон тенденции нормы прибыли к понижению, марксисты делают вывод об исторической ограниченности капитализма и о последствиях его общего кризиса – перехода к социализму (коммунизму).

МАРОДЕР (фр. *maraudeer* от *mareu-der* – совершать кражи) – 1) солдат, грабящий убитых и раненых на поле боя, а также мирных жителей во время войны; 2) в мирное время человек, пользующийся бедственной ситуацией для личного обогащения.

МАРШРУТ (нем. *Marschrute*) – 1) заранее намеченный или установленный путь следования, направление, порядок пути; 2) товарный поезд, идущий без изменения состава и груза до места назначения.

МАССА (от лат. *massa* – ком, кусок) – 1) совокупность чего-либо, сосредоточенное в одном месте; 2) характеристика материи, определяющая ее гравитационные и инертные свойства, так как масса не зависит от внешней среды, многие фирмы стали указывать на упаковке товара не вес, а массу товара; 3) количество товара (товарная масса), денег (денежная масса).

МАССА-БРУТТО (от лат. *massa* – ком, кусок + ит. *brutto*)

– общий вес груза.

МАССА ДЕНЕЖНАЯ – совокупность наличных и безналичных покупательных и платежных средств, обеспечивающих обращение товаров и услуг в народном хозяйстве, которыми располагают частные лица, институциональные собственники (предприятия, объединения, организации) и государство. В международной статистике (ООН) в объеме М. д., кроме наличных денег, учитываются также деньги депозитные. МВФ рассчитывает общий для всех стран показатель М1 (наличные деньги и все виды чековых вкладов) и более широкий показатель «квазиденьги» (срочные и сберегательные банковские счета и наиболее ликвидные финансовые инструменты, обращающиеся на рынке). В США и Италии выделяются по четыре основных показателя М. д.; в Англии – пять показателей; в Швейцарии и Германии – по три; во Франции – десять.

МАССА КОНКУРСНАЯ – все имущество должника, имеющееся на момент открытия конкурсного производства и выявленное в ходе конкурсного производства, на которое может быть обращено взыскание в процессе конкурсного производства. Из имущества должника, составляющего конкурсную массу, исключаются имущество, изъятое из оборота, имущественные права, связанные с личностью должника, в том числе права, основанные на разрешении (лицензии) на осуществление определенных видов деятельности. В целях правильного ведения учета имущества должника, составля-

ющего конкурсную массу, конкурсный управляющий вправе привлекать бухгалтеров, аудиторов и иных специалистов. При наличии в составе имущества должника имущества, изъятого из оборота, конкурсный управляющий уведомляет собственника изъятого из оборота имущества. Собственник изъятого из оборота имущества обязан принять от конкурсного управляющего это имущество или закрепить его за другими лицами в месячный срок с момента получения уведомления от конкурсного управляющего. В случае неисполнения собственником имущества, изъятого из оборота, обязанности по истечении одного месяца с момента получения уведомления от конкурсного управляющего все расходы по содержанию имущества, изъятого из оборота, возлагаются на собственника указанного имущества. Жилищный фонд социального использования, детские дошкольные учреждения и объекты коммунальной инфраструктуры, жизненно необходимые для региона, подлежат передаче соответствующему муниципальному образованию в лице уполномоченных органов местного самоуправления в предусмотренном порядке. Обязанность по содержанию и обеспечению функционирования указанных объектов в соответствии с их целевым назначением возлагается на уполномоченные органы местного самоуправления по истечении одного месяца с момента получения уведомления от конкурсного управляющего.

МАССА КРИТИЧЕСКАЯ – в маркетинге это обязательный набор новшеств, необходимый для того, чтобы то-

вар считался современным; своего рода квинтэссенция важнейших на данный момент составляющих качества.

МАССА ПРИБАВОЧНОЙ СТОИМОСТИ (англ. *mass surplus value*) – в экономической теории К. Маркса абсолютная величина прибавочной стоимости равна стоимости авансированного переменного капитала, умноженной на норму прибавочной стоимости.

МАССА ПРИБЫЛИ – общая величина прибыли, получаемая предприятием за определенный период времени по результатам хозяйственной деятельности в целом либо по результатам отдельной сделки.

МАССИВ ДАННЫХ – упорядоченная совокупность однородных по структуре и способу получения показателей.

МАСС-МЕДИА (англ. *mass-media*) – средства массовой информации (пресса, радио, телевидение и т. д.).

МАСТЕР – 1) руководитель участка в цехе, отвечающий за производственную деятельность группы работников; 2) специалист своего дела.

МАСТЕРКАРД (англ. «*MasterCard*») – международная система кредитных карточек, принадлежащая группе банков разных стран.

МАСШТАБ (нем. *Mafistab*) – 1) размах, охват, значение; 2) отношение длины линий на карте, чертеже к действительной длине.

МАСШТАБ ЦЕН (англ. *scale price*) – 1) количество золота или серебра, принятое в стране за денежную единицу

и ее кратные части; 2) техническая функция; средство выражения стоимости в денежных единицах.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОЖИДАНИЕ – для ряда возможных исходов – сумма значений каждого возможного исхода, умноженного на вероятность каждого из них.

МАТЕРИАЛ – любые ингредиенты, сырье, составные элементы, части и т. п., используемые для изготовления продукта.

МАТЕРИАЛОЕМКОСТЬ (англ. *per unit consumption of materials*) – один из важнейших показателей, характеризующий эффективность использования материальных ресурсов в общественном производстве. М. измеряется двояко: 1) как абсолютная величина удельных затрат средств производства (перенесенной стоимости) на изготовление единицы продукта; 2) как доля фонда возмещения потребленных средств производства в полной стоимости данного продукта. Существует определение М. продукции двумя способами: или по общему объему фонда возмещения, включая амортизацию, или (чаще всего) только по величине потребленных предметов труда, по затратам на сырье, материалы, топливо, энергию и т. п. Снижение М. посредством эффективного использования материальных ресурсов повышает темпы роста и абсолютные объемы национального дохода. Причем экономия на материальных затратах не только увеличивает национальный доход, но и сберегает его, сокращая потребности в производственном накоплении. Во-первых, при относитель-

но меньшем объеме перерабатываемого сырья, материалов и т. п. требуется меньше и основных производственных фондов для их производства. Во-вторых, экономия на материальных затратах понижает не только материалоемкость, но и фондоемкость производимой продукции. Эффективность использования определенных видов материальных ресурсов в расчете на единицу продукции отражается в таких частных показателях М., как металлоемкость, энергоемкость, электроемкость, цементоемкость и др., что обусловлено многими факторами: технологическими особенностями применения материальных ресурсов в процессе производства данного вида продукции, структурными факторами, уровнем интенсификации производства структуры и ассортимента выпускаемой продукции, цен на сырье и т. д. В различных отраслях народного хозяйства уровень М. различен. Основными факторами снижения М. являются: 1) широкое применение безотходных технологий, обеспечивающее рост коэффициента использования сырья, материалов, энергии; 2) использование прогрессивных конструкций; 3) применение новых экономичных материалов; 4) эффективная организация труда и производства и др. Решающим фактором снижения М. является повышение материальной заинтересованности в результате труда, а на этой основе обеспечение творческих начал в деятельности каждого работника. В условиях осуществления экономической реформы в нашей стране проблема снижения М. приобретает исключительные акту-

альность и остроту, поскольку в конкурентной борьбе выживет и добьется успеха то предприятие, которое обеспечит достаточно низкий уровень М.

МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ (лат. *stimulus* – погонялка) – система экономических форм и методов побуждения людей к труду, повышения их трудовой активности и заинтересованности в улучшении конечных результатов труда.

МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАПАСЫ (англ. *inventories, stocks*) – часть оборотного капитала, материальные активы, предназначенные для продажи и производственного потребления внутри предприятия и для изготовления продукции. В соответствии с общепринятыми стандартами учета в составе М. – п. з. в отчетности должны быть отражены: готовая продукция, незавершенное производство, материалы и комплектующие изделия. Рост М. – п. з. приводит к убыткам в деятельности компании, ибо увеличивает финансовые затраты по хранению этих запасов, а также усиливает опасность обесценения этих товаров и их потребительских свойств.

МАТЕРИАЛЬНЫЙ ПОТОК ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ (англ. *material flow of logistic chain*; нем. *die Materiellflut der Logis-tikkette*) – поток закупок, производства, сбыта, хранения и доставки как единое целое. М. п. л. ц. включает следующие основные звенья: а) поставщики материалов, сырья, полуфабрикатов, энергии (энергоносителей);

б) склады для хранения ресурсов; в) производство товаров; г) распределение товаров, включая их вывоз со склада готовой продукции; д) потребители готовой продукции. Исходным в планировании М. п. л. ц. является учет изменения спроса на продукцию. Организационная структура М. п. л. ц. зависит от размеров предприятия, характера технологического процесса, материалоемкости продукции.

МАТЕРИАЛЫ – собирательный термин, обозначающий разнообразные вещественные элементы производства, используемые главным образом в качестве предметов труда, – сырье, основные и вспомогательные материалы, топливо, энергия, покупные изделия и полуфабрикаты, спецодежда, запасные части для ремонта, инструменты и малоценные и быстроизнашивающиеся предметы.

МАТЕРИАЛЫ В ПУТИ – материалы, по которым получатель акцептовал платежные документы, но которые на склад еще не поступили.

МАТЕРИАЛЫ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ – предметы труда, которые не входят в своей вещественной форме в готовый продукт, а используются в процессе производства для осуществления технологического процесса обеспечения работы оборудования и т. п. целей.

МАТЕРИАЛЫ ЗАКРЫТЫЕ – документы и другие материальные носители информации, предназначенные для ограниченного круга лиц. М. з. имеют степень секретности или ограничительный гриф.

МАТЕРИАЛЫ ОСНОВНЫЕ – вещественные элементы производства, составляющие значительную часть предметов труда, используемых предприятиями для изготовления продукции и составляющих ее основу. М. о. участвуют в производстве в течение одного производственного цикла, стоимость их полностью переносится на стоимость изготовленной продукции.

МАТЕРИАЛЫ СЕКРЕТНЫЕ – 1) документы государственных органов, техническая документация, исследовательские труды и другие материалы, на которых проставлен гриф секретности; 2) сведения, в результате несанкционированного разглашения которых можно ожидать нанесения ущерба безопасности государства.

МАТЕРИАЛЬНОСТЬ (от лат. *materialis* – вещественный) – 1) понятие в учете и аудите, используемое для оценки уровня достоверности отчетности. В финансовом учете и внешнем аудите ошибка или пропуски отчетности считаются материальными, то есть существенными, важными, если в результате этого пользователь данной отчетностью будет дезориентирован в принятии своего решения или понесет убытки. Различают три уровня материальности: а) ошибки и пропуски, суммы которых так незначительны, что никак не могут повлиять на решения; б) ошибки и пропуски, влияющие на принятие пользователем тех или иных решений, хотя отчетность и признается полезной; в) ошибки и пропуски в учете и отчетности, которые ставят под вопрос достовер-

ность и объективность всей отчетной информации в целом; 2) существенность, осязательность; 3) вещность.

МАТЕРИАЛЬНЫЙ (фр. *materiel*) – 1) имущественный, денежный; 2) относящийся к материалу, материалам.

МАФИОЗИ – представитель мафии; член мафиозной организации.

МАФИЯ (от итал. *maf(f)ia*; англ. *mafia*) – 1) возникшая в Сицилии в конце XVIII в. и поныне существующая в Италии тайная преступная организация, использующая методы насилия, шантажа и террора, имеющая разветвленную структуру и связи с полицией, судебными чиновниками, определенными правительственными кругами; в XX в. так стали называться подобные преступные (гангстерские) организации в США и других странах; 2) организованная преступность. Важный элемент функционирования М. – операции по «отмыванию» денег, извлеченных в результате преступного промысла. М. – вид организованной преступности, отличающийся высокой степенью взаимосвязи с коррумпированными слоями государственных структур.

МАХИНАЦИЯ (от лат. *machinatio* – искусное устройство; уловка, хитрость) – нечестная проделка, жульничество.

МАШИНА КОНТРОЛЬНО-КАССОВАЯ (ККМ) – машины, применяемые в розничной торговле для учета кассовых операций с покупателем. Для ККМ характерно: наличие механизма контрольной ленты; с 1997 г. – наличие оперативно-программного блока фискальной памяти, спо-

собной хранить информацию до 6 лет, а также соответствующей маркировки; обеспечение надежной защиты информации о денежной выручке, накапливающейся на счетчике ККМ; существование механизма блокирования при обрыве или отсутствии второй ленты (ленты копии); русификация клавиатуры.

МАШИНОГРАММЫ (фр. *machine* от лат. *machine* – механизм, устройство + *gramma* – линия, буквы) – результаты распечатки учетной информации после компьютерной обработки; являются регистрами синтетического и аналитического учета.

МЕГАПОЛИС (от гр. *megas* – большой + *polis* – город-государство) – самая крупная форма городского расселения, образующаяся в результате интеграции большого числа соседних городских агломераций.

МЕДВЕДЬ (англ. *bear*) – участник торгов, считающий, что цены будут понижаться; спекулянт, играющий на понижение цен.

МЕДВЕЖИЙ РЫНОК (англ. *bear market*) – рынок, на котором курсы падают.

МЕДВЕЖИЙ СПРЕД (англ. *bear spread*) – в большинстве случаев продажа контракта на ближайший месяц и покупка контракта на отсроченный месяц с целью извлечения прибыли на разнице в ценах.

МЕДИА-МАРКЕТИНГ (англ. *media-marketing* от *market* – рынок, сбыт) – маркетинг, основанный на использовании

средств массовой информации.

МЕДИКЕЙТ (англ. *Medicate*) – федеральная программа США по медицинскому обслуживанию отдельных категорий населения, на которых распространяется действие двух других программ: дополнительной программы социального страхования и программы помощи неполным семьям, имеющим детей.

МЕДИКЭР (англ. *Medicare*) – федеральная программа США, предусматривающая обязательное страхование престарелых на случай необходимости стационарного лечения. Программа финансируется за счет налога на заработную плату и обеспечивает престарелым людям компенсацию расходов на оплату амбулаторного лечения.

МЕДИО (лат. *medio* – среднее значение) – середина месяца, периода. Согласно законодательству или правилам ведения банковской деятельности, в некоторых странах срок исполнения отдельных банковских операций определен серединой месяца, то есть он должен быть учтен в соответствующих договорах. М. – дата ликвидации контракта; устанавливается на середину определенного месяца; применяется в сделках на срок на товарных и фондовых биржах.

МЕДЯКИ – медные монеты.

МЕЖБАНКОВСКИЙ ДЕПОЗИТ (англ. *M-bank deposit*) – депозит одного банка в другом банке.

МЕЖБИРЖЕВОЙ СПРЕД (англ. *intermarket spread*) – продажа фьючерсного контракта на определенный месяц по

ставки на одной бирже с одновременной покупкой такого же фьючерсного контракта на тот же месяц поставки на другой бирже.

МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ (МАКБ) – ассоциация коммерческих банков открытого типа. Учредителями ассоциации являются 23 коммерческих банка нашей страны, Болгарии, Венгрии, Чехословакии, Польши и Румынии. Вступительный взнос установлен в 1 тыс. долларов, наши банки могут вносить рублевый взнос. Предусмотрен и ежегодный взнос под текущие расходы. Причины создания МАКБ: 1) ликвидация старых структур типа СЭВ не сопровождалась одновременным формированием действенного рыночного механизма, в результате чего нарушались хозяйственные связи между странами, входящими в СЭВ; 2) переход на рыночные отношения между этими странами затруднен отсутствием свободно конвертируемой валюты и у нас, и у наших партнеров – бывших стран – участниц СЭВ. Главная задача МАКБ – восстановление резко сократившегося товарооборота между странами – участницами данной ассоциации. Международные расчеты между ними будут основаны на рыночном установлении курсового соотношения валют. Наряду с расчетами в свободно конвертируемой валюте, предполагается осуществление расчетов и в национальной валюте. Такая договоренность достигнута между нашей страной и бывшей Чехословакией. Определен следующий порядок. Для осуществления расче-

тов с бывшей Чехословакией в ее национальной валюте наши предприятия вначале должны выйти на ее рынок со своим товаром и продать его за кроны, исходя из фактической ситуации на рынке. На вырученную валюту можно купить товары, необходимые нашим предприятиям. Подобная система расчетов выдвигает потребность в глубоком изучении положения дел на рынке. С этой целью в рамках МАКБ предполагается создание товарно-фондовой биржи.

МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ (ИПРА) – всемирная профессиональная организация в области образования, этики, практики ПР, создана в Лондоне 1 мая 1955 г. Членом ИПРА (только в личном качестве) может быть тот, кто по меньшей мере пять лет занимается деятельностью в области ПР и имеет высокую профессиональную компетентность. В настоящее время членами ИПРА являются более 800 представителей 65 стран, в том числе и Россия. Всемирный конгресс ИПРА проходит каждые три года, по итогам его публикуются так называемые «Золотые доклады» по конкретной теме: «Золотой доклад № 4» – «Модель системы образования в области ПР для практического воплощения»; «Золотой доклад № 5» – «Информационное общество»; «Золотой доклад № 6» – «ПР и пропаганда – сравнение ценностей». ИПРА получила официальное признание со стороны ООН в 1964 г. и со стороны ЮНЕСКО. Штаб-квартира ИПРА находится в Швейцарии (Женева).

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА (МОТ) – международная организация, созданная в 1919 году, штаб-квартира расположена в Женеве. Представляет специализированное подразделение ООН (с 1946 г.), занимается проблемами улучшения условий труда и социального обеспечения населения разных стран, выработкой рекомендаций по трудовому законодательству. В МОТ представлены три стороны: представители страны – члена этой организации, представители профсоюзов и организаций предпринимателей страны.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПЕРЕДАЧА ТЕХНОЛОГИИ (англ. *international technology transfers. Internationale Technologieübergabe*) – совокупность экономических отношений между фирмами различных стран в области использования зарубежных научно-технических достижений. Международные документы трактуют понятие «технология» широко: оно включает собственно технологию, понимаемую как набор методов и процессов производства товаров и услуг, материализованную технологию, включающую непосредственные носители технологии, машины, оборудование, производственные системы. Передача технологии может осуществляться на некоммерческой и коммерческой основе. Коммерческая передача технологии как таковой осуществляется в первую очередь в виде лицензионной торговли. Кроме того, она опосредуется международной торговлей товарами и услугами, а также процессами вывоза капитала.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПАЛАТА (МТП)

(англ. *International Chamber of Commerce*) – организация, основанная в 1919 г. и объединяющая торгово-промышленные палаты и предпринимательские организации более чем ста стран мира. Торгово-промышленные палаты – это способ организации цивилизованного предпринимательства. В развитой рыночной экономике существуют определенные правила поведения. Частный собственник может поступать так, как он считает нужным, но в пределах, не наносящих ущерба другим. Но такие правила, говоря иными словами, кодекс культуры бизнеса, не складываются в одночасье. С 1 января 1993 г. Торгово-промышленная палата РФ (ТПП РФ) стала полноправным членом Международной торговой палаты (МТП). Согласно статусу «члена национального уровня» Россия, как член МТП, может участвовать в работе международных технических комиссий (по вопросам налогов, международных инвестиций, маркетинга, банковского дела, торговли, менеджмента, окружающей среды, интеллектуальной собственности и ряду других проблем), получать на льготных условиях большую часть публикаций, издаваемых МТП, принимать участие в конгрессах, конференциях и других мероприятиях, организуемых под ее эгидой. Штаб-квартира МТП расположена в Париже.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ (англ. *world trade, international trade*; нем. *Internationalhandel*) – совокупность внешней торговли различных стран мира. Возникла на ба-

зе зарождения мирового рынка (XVI–XVIII вв.) и международного разделения труда. Развитие М. т. тесно связано со становлением капиталистического способа производства. Объем М. т. определяется суммированием объемов экспорта стран в ценах FOB (ОВ). При публикации данных о международной торговле товарами в статистических сборниках товары группируются в соответствии с международными товарными номенклатурами.

МЕЖДУНАРОДНОЕ ДВОЙНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ – одновременное обложение в разных странах идентичными или имеющими одинаковую природу налогами. М. д. н. – следствие различий в национальных налоговых системах. Для М. д. н. характерны: идентичность субъектов налогообложения (физических или юридических лиц); идентичность объектов налогообложения (источников доходов и самих доходов); подчиненность этих субъектов или объектов налоговой юрисдикции различных государств; идентичность взимаемых налогов; одновременность налогообложения; различия в правилах исчисления доходов в разных странах. М. н. д. следует отличать от т. наз. «экономического двойного налогообложения» компаний (налог на компанию как юридическое лицо, подоходный налог на распределяемую прибыль на уровне акционеров). При «экономическом двойном налогообложении» нет идентичности субъектов, объектов, самих налогов. Однако оно также может породить М. д. н. при переводе компаний распределяемой

прибыли в качестве дивидендов своим иностранным акционерам. Международное право не содержит общих правил, диктующих запрещение М. д. н. Государства обладают исключительным правом взимать налоги на своей территории в соответствии с Национальным налоговым законодательством. Поэтому на практике, для того чтобы избежать М. н. д. государства, применяют как односторонние меры, так и заключают конвенции об устранении М. д. н. Наиболее широкое распространение получили двусторонние конвенции об устранении М. д. н.

МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА (англ. *international division of labour*; нем. *Internationalall Arbeitsverteilung*) – высшая форма общественного территориального разделения труда; специализация производства отдельных стран на определенных видах продукции, которыми они обмениваются. Необходимость М. р. т. и его глубина определяются степенью развития производительных сил общества. На характер М. р. т., как и на другие формы экономических отношений между странами, воздействие оказывают господствующие в них производственные отношения. М. р. т. лежит в основе расширения торговли между странами, составляет объективную базу развития мирового рынка. Различают три основных типа М. р. т.: общее, частное, единичное. Общее М. р. т. – это разделение труда по сферам производства. Предполагает деление стран-экспортеров на индустриальные, сырьевые, аграрные. Частное М. р. т. –

это специализация стран на определенных отраслях производства, видах товара и услуг. Единичное М. р. т. – это специализация стран на производстве деталей, отдельных узлов, комплектующих изделий. Это высший тип разделения труда, характерный для стран с развитой рыночной экономикой.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГИ, ТЕНДЕРЫ (англ. *international tenders*) – одна из разновидностей размещения заказов на закупку на мировом рынке оборудования или привлечения подрядчиков для сооружения комплектных объектов, выполнения других работ, включая оказание инжиниринговых и консультационных услуг. Условия конкурса объявляются заранее. Заказчик (покупатель), являющийся организатором М. т., приглашает потенциальных продавцов принять в них участие посредством оповещения в открытых источниках информации (открытые торги) или посредством направления информации известным ему специализированным фирмам или организациям (ограниченные или закрытые торги). Фирмы, заинтересованные принять участие в торгах, направляют составленные по определенной форме официальные тендерные предложения (оферты или тендеры). Торгам предшествует разработка тендерной документации. Подготовка к проведению М. т. проходит в два этапа. На первом этапе решается задача поиска и отбора одного или нескольких контрагентов посредством публикации первой информации о намерении провести торги. На этом этапе осуществляется отбор фирм участников

торгов (оферентов), которым рассылается официальный запрос. Запрос состоит из письменного обращения заказчика к оференту прислать официальное предложение (оферту) и тендерной документации. После проработки и заполнения тендерная документация направляется в тендерный комитет заказчика, где находится до завершения торгов. Участники торгов в качестве залога, как правило, представляют вместе с предложением предварительную гарантию местного банка или страховой компании. Выигравший торги участник одновременно с подписанием контракта представляет заказчику гарантию (бонд) первоклассного банка. Одновременно ему и другим участникам торгов возвращаются предварительные гарантии. Срок внесения оферт устанавливается обычно до трех, а иногда и более месяцев. Конкурсная система обеспечивает заказчику (покупателю) наиболее выгодные для него коммерческие условия, оптимальные сроки выполнения работ или оказание услуг, возможность привлечь наиболее конкурентоспособных поставщиков или подрядчиков.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ССУДНЫХ КАПИТАЛОВ – система экономических отношений, обеспечивающих аккумуляцию и перераспределение ссудного капитала между странами в зависимости от экономических и политических факторов. Представляет собой совокупность кредитно-финансовых учреждений и фондовых бирж, предоставляющих займы и кредиты иностранным заемщикам. Подразделяется на денежный рынок (краткосрочный) и рынок капи-

талов (средне- и долгосрочный). Основными операциями на М. р. с. к. являются: предоставление и получение кредитов, эмиссии, купля-продажа ценных бумаг, преимущественно в виде облигаций (выделяют международный рынок ценных бумаг). М. р. с. к. обладает рядом особенностей: больше подвержен действию стихийных сил, чем национальные рынки; операции на М. р. с. к. часто сопровождаются переводом средств из одной валюты в другую; имеет относительно самостоятельную систему процентных ставок.

МЕЖТОВАРНЫЙ СПРЕД (англ. *intercom-modity spread*) – покупка фьючерсного контракта на определенный месяц поставки с одновременной продажей фьючерсного контракта на сходный товар на тот же месяц поставки (например, покупка августовского контракта на пшеницу и продажа августовского контракта на зерно).

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СПОРТИВНЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ СУД (МСАС) (*Tribunal Ar-bitral du Sport*) – международный орган урегулирования споров, возникающих в олимпийской семье. Образован в 1983 году по инициативе Международного Олимпийского Комитета и организует свою деятельность на основе Устава и Регламента, утвержденных в 1984 году, и Кодекса, утвержденного в 1994 г. МСАС выполняет три основные функции: непосредственно рассматривает споры, возникшие в области спортивной деятельности, в качестве арбитражного органа первой и последней инстанции; выступает в качестве органа

правовой защиты и последней инстанции по апелляции одной стороны спора на решение, принятое руководящими органами международных или национальных федераций и др. спортивных организаций; дает юридические консультации по основным проблемам спортивной деятельности, не связанным непосредственно с возникновением спора. Деятельность MCAC характеризуют такие черты, как независимость, конфиденциальность, быстрота процедуры, экономия средств. В настоящее время организационно MCAC состоит из двух палат. Палаты обычного арбитража (разрешение споров частного характера, непосредственно возникающих в спортивной практике) и Палаты апелляционного арбитража (вынесение решений по апелляциям). Предельный состав MCAC – не более 60 лиц, имеющих юридическое образование и обладающих признанной компетенцией в области спорта. Представители России в составе MCAC в настоящее время отсутствуют. В целях обеспечения абсолютной независимости MCAC от МОК в 1994 году создан Международный арбитражный совет в области спорта, состоящий из 20 юристов высшей квалификации и в качестве основных выполняющий следующие функции: утверждение регламентирующих документов, утверждение членов MCAC, установление размеров взносов различных международных спортивных организаций для финансирования арбитражной деятельности, определение финансовых взносов сторон спора для обеспечения работы групп арбитров и т. д. Одним из

первых практических шагов Совета стало утверждение Регламента разрешения споров, возникающих во время Олимпийских игр, который применялся во время проведения Игр XXVI Олимпиады в Атланте. В настоящее время разнообразные арбитражные институты созданы в различных региональных и национальных спортивных организациях: арбитраж и Третейский суд Европейского народного спортивного движения, Бельгийская арбитражная комиссия по спорту, Люксембургская арбитражная комиссия по спорту, Примирительная Комиссия по спорам Национального олимпийского и спортивного комитета Франции и др.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГИ – конкурсная форма размещения заказов на закупку на мировом рынке оборудования или привлечения подрядчиков для сооружения комплектных объектов, выполнения других работ, включая оказание инжиниринговых и консультационных услуг. Условия конкурса объявляются заранее. Заказчик (покупатель), являющийся организатором М. т., приглашает потенциальных продавцов принять в них участие путем оповещения в открытых источниках информации (открытые торги) или путем направления информации известным ему специализированным фирмам или организациям (ограниченные или закрытые торги). Фирмы, заинтересованные принять участие в торгах, направляют составленные по определенной форме официальные тендерные предложения (оферты или тендеры). Торгам предшествует разработка тендерной докумен-

тации. Обычно процедура подготовки к проведению торгов предполагает два этапа. На первоначальном этапе, или этапе переквалификации, решается задача поиска и отбора одного или нескольких контрагентов путем публикации первой информации о намерении провести торги. На этой стадии приглашаются все желающие представить письменные заявки и получить для заполнения анкеты-вопросники, на основании анализа которых заказчик (покупатель) производит оценку технических возможностей и финансового положения фирмы-заявителя. Производится отбор фирм участников торгов (оферентов), которым рассылается официальный запрос. Запрос состоит из письменного обращения заказчика к офференту прислать официальное предложение (оферту) к тендерной документации. После проработки и заполнения тендерная документация направляется в тендерный комитет заказчика, где находится до завершения торгов. Участники торгов в качестве залога, как правило, представляют вместе с предложением предварительную гарантию местного банка или страховой компании. Выигравший торги участник одновременно с подписанием контракта представляет заказчику гарантию (бонд) первоклассного банка. Одновременно ему и другим участникам торгов возвращаются предварительные гарантии. Срок внесения оферт устанавливается обычно до трех, а иногда и более месяцев. Конкурентная система обеспечивает заказчику (покупателю) наиболее выгодные для него коммерческие условия, оптимальные сро-

ки выполнения работ или оказание услуг, возможность привлечь наиболее конкурентоспособных поставщиков или подрядчиков.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС – предпринимательская (коммерческая) деятельность (занятие), связанная с использованием капитала в различных формах и преимуществ повышенной деловой активности; осуществляется в целях извлечения прибыли (дохода) и распространяется на междунар. экон. сферу.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД (МВФ) – финансовая организация, обладающая статусом специализированного учреждения ООН. В его состав входят 49 стран. В 1992 г. в состав МВФ вошли Российская Федерация и другие страны СНГ. Был организован в 1944 г., начал функционировать в 1947 г. Основными целями МВФ являются содействие развитию внешней торговли и международного валютно-финансового сотрудничества, поддержание равновесия платежных балансов членов МВФ и регулирование курсов их валют, разработка реформ по оздоровлению валютной системы мира. Еще не кончилась Вторая мировая война, а воюющие державы уже думали о восстановлении экономики. Так появилась организация, нацеленная на создание благоприятных условий для мировой торговли. Эту функцию МВФ выполняет и сегодня. До сих пор в фонд не вступили лишь Куба, Северная Корея Швейцария. Советы, которые получают правительства от МВФ, – всегда доброкачествен-

ные советы. Репутация фонда очень высока. Там собраны лучшие эксперты-экономисты со всего мира. Механизм действия фонда прост: кредиты (гораздо более выгодные, чем кредиты коммерческих банков) в обмен на строго определенный курс в проведении экономической политики. Между правительством и МВФ подписывается документ – «Письмо о намерениях», в котором все предполагаемые экономические меры жестко оговариваются. Кредитование ведется, как правило, по частям и прекращается, если на каком-то этапе правительство отступает от принятого курса. Например, помощь России обуславливается проведением реформ, главная цель которых стабилизировать рубль, обеспечить его внутреннюю конвертируемость. А для стабилизации рубля, по мнению экспертов МВФ, обязательно устранение бюджетного дефицита. Главный же источник решения бюджетных проблем – это освобождение цен на топливо. Поэтому осуществлению этой меры в МВФ придается принципиальное значение. МВФ предоставление кредитов России напрямую увязывает с выполнением известных условий. Однако толковать это как ущемление национальных интересов так же бессмысленно, как упрекать врача, прописавшего напряженный курс лечения от смертельной болезни в том, что он хочет на этом деле больше подзаработать. Кредитоспособность наша в долгосрочном плане ни у кого в мире не вызывает сомнения. А наши затруднения с оплатой кредитов вызваны временным явлением – кризисом ликвидности. Сказались ре-

форма внешней торговли, банкротство Внешэкономбанка. Долг наш не так страшен, как порой его представляют. Есть надежный показатель степени задолженности – отношение выплат по обслуживанию долга к годовому объему экспорта, так называемая норма обслуживания. Так вот, этот показатель у нас гораздо ниже, чем в странах Латинской Америки, чем в Болгарии и Венгрии. Какие же кредиты ожидает получить Россия от МВФ? Размеры их зависят от квоты, на которую можем мы претендовать в этой организации. Квота же определяет и размер взноса в Валютный фонд. Рассчитывается она на основе достаточно сложных формул, которые учитывают уровень экономического развития страны, степень вовлеченности ее в мировое хозяйство в целом. Наша доля в капитале МВФ составила 3 %. Россия на девятом месте после стран «большой семерки» и Саудовской Аравии, которая имеет совершенно особые условия в МВФ, так как является главным донором и предоставляет фонду большие кредиты. Для сравнения: доля Канады в капитале фонда составляет 3,1 %, Италии – 3,2 %, Саудовской Аравии – 3,57 %, Соединенным Штатам, находящимся на первом месте, принадлежит в капиталах Международного валютного фонда 18,48 %. Квота же всех вместе взятых государств СНГ составляет 4,76 %. Но чем больше квота, тем большей взнос, который должна внести страна в капитал Валютного фонда.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КООПЕРАТИВНЫЙ АЛЬЯНС (МКА) – организация, объединяющая национальные

региональные союзы и федерации кооператоров. Был образован в 1985 г. в Лондоне. Цель организации – развитие и укрепление экономических связей между кооператорами разных стран.

МЕЖЕВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА – мероприятие по определению местоположения и границ земельного участка на местности; территориальная зона – часть территории, которая характеризуется особым правовым режимом использования земельных участков и границы которой определены при зонировании земель в соответствии с земельным законодательством, градостроительным законодательством, лесным законодательством, водным законодательством, законодательством о налогах и сборах, законодательством об охране окружающей природной среды и иным законодательством РФ и законодательством субъектов РФ.

МЕЖЕВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВА – работы по установлению на местности границ муниципальных образований и других административно-территориальных образований, границ земельных участков с закреплением таких границ межевыми знаками и определению их координат. Межевание объектов землеустройства осуществляется на основе сведений государственного земельного кадастра, землеустроительной, градостроительной и иной связанной с использованием, охраной и перераспределением земель документации. Межевание объекта землеустройства включает в себя следующие работы: определение границ

объекта землеустройства на местности и их согласование; закрепление на местности местоположения границ объекта землеустройства межевыми знаками и определение их координат или составление иного описания местоположения границ объекта землеустройства; изготовление карты (плана) объекта землеустройства.

МЕЛИОРАЦИЯ (от лат. *melioratio* – улучшение) – система организационно- хозяйственных и технических мероприятий по коренному улучшению качества земель с целью наиболее эффективного их использования.

МЕЛОН (англ. *melon*) – сумма необычайно высоких прибылей, предназначенных для распределения.

МЕМОРАНДУМ (от лат. *memorandum* – то, о чем следует помнить; англ. *Memorandum*) – 1) перечисление в страховых полисах (особенно морских) видов риска, страхование от которых не производится; 2) письмо с напоминанием о чем-либо, например, о задолженности; 3) докладная записка, служебная справка по какому-либо вопросу; 4) дипломатический документ, излагающий фактическую или юридическую сторону какого- либо вопроса. Обычно прилагается к ноте либо вручается лично представителю другой страны.

МЕМОРАНДУМ ДЕБЕТОВЫЙ – 1) документ, используемый продавцом для извещения покупателя о том, что соответствующий данному покупателю счет к получению был дебетован (увеличен); 2) документ, предоставляемый банком вкладчику, который информирует о том, что банковский

счет вкладчика сокращен вследствие определенных событий (например, в результате начислений за банковские услуги).

МЕМОРАНДУМ КОМПАНИИ – документ, вырабатываемый учредителями акционерного общества в Англии и США. М. к. регулирует внешние отношения компании. В нем отражаются цель деятельности компании, ее наименование, местонахождение органа управления, размер номинального капитала, размеры пая. Обязательным является указание на то, что участники компании несут ограниченную ответственность. Внутренние отношения общества регулируются другим документом – внутренним регламентом.

МЕМОРАНДУМ КРЕДИТОВЫЙ – 1) документ, которым поставщик извещает заказчика (покупателя) о том, что его счет к получению (дебиторский) был кредитован (сокращен) вследствие учета ошибок, возврата купленной продукции или снижения первоначальной цены; 2) представляемый банком вкладчику документ, который констатирует, что его банковский счет увеличен вследствие определенных событий помимо депозита (например, погашения векселей к получению, принадлежащих вкладчику).

МЕМОРАНДУМ О МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ (англ. *marketing strategy statement*) – документ, определяющий результаты разработки стратегии маркетинга предприятия по выходу на рынок с новой продукцией. Он состоит из трех частей. В первой части описываются целевой рынок, планируемые позиции продукта, объем продаж, до-

ля рынка и прибыль на несколько ближайших лет. Во второй – планируемые цена, система распределения продукта и бюджет маркетинга на первый год периода стратегического планирования. В третьей – долгосрочные плановые показатели объема продаж, прибыли и стратегии по формированию комплекса маркетинга.

МЕМОРИАЛ (от лат. *memorialis* – памятный) – бухгалтерская книга, в которой ежедневно фиксируются торговые операции фирмы.

МЕНА (англ. *exchange, barter*) – в гражданском праве вид договора, в силу которого между сторонами проводится обмен одного имущества на другое. Договор М. сходен с договором купли-продажи, однако в договоре М. каждый из участвующих является продавцом и покупателем одновременно. Законодательная регламентация договора М. осуществляется аналогично договору купли-продажи. После исполнения договора М. каждая из сторон утрачивает право собственности на передаваемое имущество и приобретает такое право на полученное имущество. Возникнув как примитивная форма товарного обращения, М., вытесненная куплей-продажей, в основном утратила значение.

МЕНЕДЖЕР (англ. *manager* от *manage* – управлять) – управляющий, руководитель, директор; человек, организующий конкретную работу, руководствуясь современными методами. М. не автоматически является руководителем или входит в состав высшего руководства предприятия. М. рабо-

тают на всех «эшелонах» управления, скажем, по американским понятиям, таковым является человек, в задачу которого входит организация конкретной работы в рамках определенного числа сотрудников, которые подчиняются ему. Слова «менеджер» и «менеджмент» употреблялись в английском языке еще в прошлом столетии. Но лишь во второй четверти XX века они постепенно начинают приобретать определенное значение.

МЕНЕДЖЕР ИГРАЮЩИЙ – менеджер, который наряду с выполнением функций контроля за другими работниками и менеджерами сам является исполнителем. В такой роли выступают часто сами предприниматели, строящие свой бизнес на высокой квалификации.

МЕНЕДЖЕРИЗМ (от англ. *manage* – управлять) – теория управления современным производством. Возникновение М. связывается с именем американского инженера Ф. У. Тейлора. Интенсивно М. развивается с 1950–1970-х гг. Среди видных представителей теории М. можно назвать Л. Ф. Уорика, П. Ф. Дракера, Р. К. Дейвиса, Л. А. Эпли. Практическая функция М. состоит в том, чтобы сосредоточить усилия на улучшении организации и управления современным крупным производством. Для этого изыскиваются новые формы организации производства и сбыта продукции. Характерная черта М. – тесная связь с конкретными эмпирическими исследованиями по организации и управлению. Создаются различные общества и ассоциации, члены кото-

рых не только разрабатывают общую теорию управления, но и по заказам предприятий участвуют в рационализации производства.

МЕНЕДЖМЕНТ (англ. *management*) – управление производством; совокупность принципов, методов, средств и форм управления производством, разработанных и применяемых с целью повышения эффективности производства и увеличении прибыли. Менеджмент – специфический орган функционирующего коммерческого предприятия. Если на Западе речь заходит о каком-то предприятии, скажем, о фирме «Мерседес-Бенц» или «Дженерал МОТОРС», то люди имеют в виду прежде всего М., т. е. руководство данного предприятия, т. к. именно оно представляет предприятие в обществе. Деловое предприятие может действовать только через свои органы, а это означает через руководство, или М. Любое предприятие независимо от его правовой формы обязано иметь руководство. Впрочем, руководство различного уровня имеется и в правительстве, и в армии, и у церкви, но М. деловых предприятий отличается от прочих видов управления тем, что целью предприятия, а следовательно, и задачей его управления является производство товаров или предоставление услуг, иными словами, удовлетворение потребностей клиентов, или удовлетворение социальных потребностей через рынок. В отличие от других организаций, М. производственных предприятий во всех своих решениях должен руководствоваться экономическими со-

ображениями. Его существование и престиж обосновывается экономическими результатами деятельности. М. является экономическим органом, функционирующим в современном индустриальном обществе. Любое действие, любое решение, принимаемое М., – это мероприятие экономического характера. Таким образом, эффективность М. и деятельность М. можно измерять лишь с помощью показателей экономических успехов, экономических результатов. М. – скорее практическая деятельность, чем наука или профессия, хотя им охватывается как то, так и другое. Главное в М. – ставить перед собой цели, отвечающие интересам предприятия – «М. постановки целей». В этом заключается принципиальное отличие менеджеров от руководителей предприятия старого стиля. Одна из функций М. заключается в том, чтобы создавать рентабельное предприятие на основе имеющихся людских и материальных ресурсов. Предприятие должно быть в состоянии поставлять товары лучшего качества по более низкой цене или предоставлять лучшие услуги, чем услуги конкурентов. М. позволяет предприятию быть нечто большим, чем суммой его отдельных компонентов – капитала и сотрудников. Без знаний М. молодым предпринимателям никак не обойтись. Концентрируясь на изучении функций управления (планирование – организация деятельности – мотивация – контроль), М. опирается на социально-психологические исследования, практику регулирования управленческих процессов и деловых игр, а также на конкретный

опыт. От каких ошибок должен избавляться менеджер? Популярные в США авторы М. Вудкок и Д. Френсис предлагают следующий список одиннадцати потенциальных ограничений: 1) неумение управлять собой; 2) размытые личные ценности; 3) смутные личные цели; 4) остановленное саморазвитие; 5) недостаточность навыка решать проблемы; 6) недостаток творческого подхода; 7) неумение влиять на людей; 8) недостаточное понимание особенностей управленческого дела; 9) слабые навыки руководства; 10) неумение обучать; 11) низкая способность формировать коллектив. Конечно, ваша карьера в бизнесе не состоится, если вы не знаете азов экономики и права.

МЕНЕДЖМЕНТ БАНКОВСКИЙ – управление деятельностью банка, имеющее целью максимизацию прибыли банка. Основывается на анализе факторов финансового рынка, прогнозировании экономической ситуации и минимизации банковских рисков. Основными направлениями являются: банковский маркетинг; управление активами банка; управление пассивами банка; управление собственными средствами банка – политика в области дивидендов по собственным акциям; управление рентабельностью работы банка; управление банковскими рисками; управление кадрами банка.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИАЛЬНЫЙ – одно из основных направлений теории и практики управления, охватывающее социальную сферу общества в той ее части, которая органи-

зует работу персонала и связана с социальной ответственностью.

МЕНЕДЖМЕНТ ФИНАНСОВЫЙ – формирование и регулирование всех финансовых процессов на предприятии, включая инвестиции. Охватывает стадии планирования, принятия решений, выработки распоряжений и контроль; следовательно, это понятие шире финансового планирования в узком смысле. Стратегический М. ф. охватывает долгосрочное управление инвестициями и структурой капитала. Оперативный М. ф. относится к обеспечению ликвидности.

МЕНТАЛИТЕТ (англ. *mentality* от лат. *mentis* – ум, рас-судок) – образ мыслей, уровень сознания, характерный для определенной общественной группы.

МЕНТАЛЬНОСТЬ (от лат. *menfalis* – умственный) – глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, готовность чувствовать и воспринимать мир определенным образом, образ мыслей, совокупность умственных навыков и ценностных установок.

МЕНЮ (фр. *menu*) – 1) подбор кушаний, блюд для обеда, завтрака; 2) листок с перечнем чего-либо, предлагаемого для выбора; 3) перечень возможных функций устройства, выводимый на экран компьютера или телевизора.

МЕНЯЛЬНЫЕ КОНТОРЫ – учреждения, специализировавшиеся на обмене денег – национальной валюты на иностранную, и наоборот. М. к. были известны в Др. Гре-

ции, Др. Риме и других странах. В средние века существовали во многих городах Европы. Раздробленность монетного дела, чеканка феодалами собственных монет и порча монет вызвали необходимость частного обмена одних монет на другие, особенно при поездках купцов на иноземные рынки. Размен и обмен монет явились исходным пунктом развития ростовщичества, Многие менялы сколачивали большие капиталы, становились банкирами, начинали кредитовать феодалов, ремесленников, купцов. В период первоначального накопления капитала развитие меняльного дела и ростовщичества ускорило процесс становления капиталистических отношений. С переходом от феодализма к капитализму на смену М. к. пришли банки.

МЕНЯЛЫ – предшественники банкиров, специализировавшиеся на обмене иностранных монет на местные, посредничестве в платежах. Возникновение и развитие меняльного дела в древности и средние века было обусловлено огромным разнообразием обращавшихся монет различного веса и содержания золота, серебра, меди. М. обменивали иностранные монеты на местные и обслуживали денежные операции купцов за определенную плату – комиссию. Исторически из среды М. вышли банкиры, которые первоначально отличались от М. только тем, что они, наряду с посредничеством в платежах, стали также давать деньги в ссуду. М. – лицо, осуществляющее обмен денег, валют на коммерческой основе.

МЕРА – 1) единица измерения; 2) средство для осуществ-

ления каких-либо мероприятий; 3) предел проявления чего-либо.

МЕРА НАКАЗАНИЯ – наказание определенного вида и размера, назначенное осужденному приговором суда на основании санкции конкретной нормы уголовного закона.

МЕРА ПОТРЕБЛЕНИЯ – мера, устанавливаемая обществом для определения доли национального дохода, которую должен получить работник в соответствии с затраченным в общественном производстве трудом.

МЕРА ПРЕСЕЧЕНИЯ – в уголовном процессе это способ пресечения попыток обвиняемого уклониться от явки в следственные органы и в суд, помешать установлению истины или продолжить преступную деятельность, а также способ обеспечения исполнения приговора. В отечественном праве в качестве М. п. приняты: подписка о невыезде, поручительство, арест и др.

МЕРА СТОИМОСТИ – одна из функций денег, единицы, в которых измеряются цены и ведется бухгалтерский учет.

МЕРА ТРУДА – мера, устанавливаемая обществом для определения участия каждого работника в совокупном общественном труде.

МЕРКАНТИЛИЗМ (фр. *mercantilisme* от ит. *mercante* – торговец) – экономическое учение XVI–XVII веков, эмпирически установившее ряд закономерностей эпохи первоначального накопления капитала, в том числе выделяв-

шее сферу обращения в качестве решающего фактора накопления. По сути учение меркантилизма сводилось к практическим рекомендациям по накоплению частного и национального богатства. Раннее «монетарное» направление меркантилизма (Даванзатти) сформулировало тезис о том, что деньги выполняют функцию меры стоимости и средства обращения, делающих их необходимыми для общества. Представители зрелого меркантилизма (Т. Мен, А. Серра, отчасти У. Петти) на первый план выдвинули не деньги как средство обращения, а денежный капитал в его рациональной форме мировых денег, сформулировав доктрину торгового баланса: деньги важны как исходный пункт кругооборота $D-T-D1$, осуществляемого во внешней торговле. Меркантилисты были сторонниками государственного регулирования экономических отношений. В особенности это проявилось во Франции в правление министра финансов Кольбера (1669–1683), вследствие чего практический французский меркантилизм вошел в историю под названием «кольбертизм» и характеризовался установлением жестких запретительных ввозных пошлин и протекционистской политикой развития местной промышленности.

МЕРКАНТИЛЬНОСТЬ – излишняя расчетливость, торгашество, своекорыстие.

МЕРКАНТИЛЬНЫЙ – 1) торговый, коммерческий; 2) торгашеский, мелочно-расчетливый.

МЕРКУРИЙ – название сборника деловой информации,

издаваемого Российской торгово-промышленной палатой.

МЕРОПРИЯТИЕ – совокупность взаимоувязанных действий, направленных на удовлетворение определенной потребности или достижение определенной цели. Например, организационно-технические мероприятия, разрабатываемые на предприятиях.

МЕРЧАНДАЙЗЕР, МЕРЧЕНДАЙЗЕР (англ. *merchandise* – содействовать продаже товара) – специалист по рекламе и маркетингу.

МЕРЧАНДАЙЗИНГ (англ. *merchandising*) – подготовка товаров к продаже в розничной торговле; комплекс мер, направленных на привлечение внимания покупателей, например, размещение товаров в торговом зале, оформление торговых прилавков, размещение рекламных проспектов, плакатов.

МЕРЫ КОМПЕНСАЦИОННЫЕ – меры по ограничению импорта товара, субсидируемого иностранным государством (союзом иностранных государств), которые применяет Правительство РФ посредством введения компенсационной пошлины, в том числе временной компенсационной пошлины.

МЕРЫ НЕТАРИФНЫЕ – количественные ограничения (квоты) экспортных и импортных поставок могут применяться в соответствии с постановлениями Правительства России, причем официальная публикация о таком решении должна появиться не позднее, чем за 3 месяца до введения

в действие этих мер.

МЕРЫ ПОПУЛИСТСКИЕ – меры, принимаемые в угоду общественному мнению, для завоевания текущей популярности, меры часто ненужные и для дела вредные.

МЕРЫ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ К НАРУШИТЕЛЯМ БЮДЖЕТНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА – к нарушителям бюджетного законодательства могут быть применены следующие меры: предупреждение о ненадлежащем исполнении бюджетного процесса; блокировка расходов; изъятие бюджетных средств; приостановление операций по счетам в кредитных организациях; наложение штрафа; начисление пени; иные меры в соответствии с Бюджетным кодексом и федеральными законами.

МЕРЫ ПРИНУДИТЕЛЬНОГО ИСПОЛНЕНИЯ – мерами принудительного исполнения являются: 1) обращение взыскания на имущество должника путем наложения ареста на имущество и его реализацию; 2) обращение взыскания на заработную плату, пенсию, стипендию и иные виды доходов должника; 3) обращение взыскания на денежные средства и иное имущество должника, находящиеся у других лиц; 4) изъятие у должника и передача взыскателю определенных предметов, указанных в исполнительном документе. Основанием применения мер принудительного исполнения являются: 1) предъявление в установленном порядке надлежаще оформленного исполнительного документа; 2) принятие судебным приставом-исполнителем поста-

новления о возбуждении исполнительного производства; 3) истечение срока, установленного судебным приставом-исполнителем для добровольного исполнения.

МЕСТНИЧЕСТВО – негативное явление в управленческой деятельности, заключающееся в принятии местными органами управления таких управленческих решений, которые не отвечают общим народнохозяйственным интересам. Как правило, местничество порождается несовпадением народно-хозяйственных, отраслевых и территориальных интересов.

МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ – самостоятельная деятельность населения по решению непосредственно или через органы местного самоуправления вопросов местного значения, исходя из интересов населения, его исторических и иных местных традиций. По Конституции Российской Федерации М. с. осуществляется гражданами путем референдума, выборов, других форм волеизъявления, через выборные и другие органы местного самоуправления. М. с. организуется в городских, сельских поселениях и на других территориях с учетом исторических и иных местных традиций. Структура органов М. с. определяется населением самостоятельно. Органы М. с. самостоятельно управляют муниципальной собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы, осуществляют охрану общественного порядка, а также решают иные вопросы местного значения.

МЕСТО – 1) пространство, занятое чем-либо; 2) участок, местность; 3) отдельная вещь багажа, груза; 4) должность, служба.

МЕСТО БРОКЕРСКОЕ – членство на бирже, право на участие в торгах определенной биржи. Цена М. б. колеблется, например, в США она может составлять от 200 до 350 тыс. долл. М. б. дает возможность: а) самостоятельно заключать сделки в биржевом

кольце, покупая товар для собственных нужд, заключая посреднические сделки по заказам клиентов, совершая спекулятивные операции; б) нести более низкие расходы на проведение биржевых операций – члены биржи, как правило, освобождаются от биржевого сбора и имеют право на определенный доход в виде комиссионных, которые взимаются с не членов биржи; в) получить информацию в первую очередь и оказывать информационно-коммерческие услуги клиентам; г) участвовать в управлении биржей. Члены биржи обязаны уплачивать ежегодные взносы.

МЕСТОЖИТЕЛЬСТВА – место, где гражданин постоянно или преимущественно проживает (в качестве собственника, по договору найма или поднайма, договору аренды либо на иных основаниях, предусмотренных законодательством) – жилой дом, квартира, служебное жилое помещение, специализированные дома (общежитие, гостиница-приют, дом маневренного фонда, специальный дом для одиноких и престарелых, дом-интернат для инвалидов, ветеранов

и другие), а также иное жилое помещение.

МЕСТО ИСПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА – место, где обязательство должно быть исполнено. Если место исполнения не определено законом, иными правовыми актами или договором, не явствуется из обычаев делового оборота или существа обязательства, исполнение должно быть произведено: по обязательству передать земельный участок, здание, сооружение или другое недвижимое имущество – в месте нахождения имущества; по обязательству передать товар или иное имущество, предусматривающему его перевозку, – в месте сдачи имущества первому перевозчику для доставки его кредитору; по другим обязательствам предпринимателя передать товар или иное имущество – в месте изготовления или хранения имущества, если это место было известно кредитору в момент возникновения обязательства; по денежному обязательству – в месте жительства кредитора в момент возникновения обязательства, а если кредитором является юридическое лицо – в месте его нахождения в момент возникновения обязательства; если кредитор к моменту исполнения обязательства изменил место жительства или место нахождения и известил об этом должника – в новом месте жительства или нахождения кредитора с отнесением на счет кредитора расходов, связанных с переменой места исполнения; по всем другим обстоятельствам – в месте жительства должника, а если должником является юридическое лицо – в месте его нахождения.

МЕСТО НАХОЖДЕНИЯ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА – определенный местом государственной регистрации юридический адрес, указываемый в учредительных документах.

МЕСТО ПРЕБЫВАНИЯ – место, где гражданин проживает временно (гостиница, санаторий, дом отдыха, пансионат, кемпинг, больница, турбаза, иное подобное учреждение), а также жилое помещение, не являющееся местом жительства.

МЕСТО РАБОЧЕЕ – зона приложения труда работающего, приспособленная для осуществления определенных производственных функций.

МЕСЯЦ – единица исчисления времени по солнечному календарю, равная одной двенадцатой части года; срок в 30 суток.

МЕСЯЦ КОНТРАКТНЫЙ – месяц поставки по фьючерскому контракту (предоставления соответствующего финансового инструмента или товара), то есть месяц истечения его срока.

МЕСЯЦЫ АКТИВНЫЕ – 1) месяцы поставки, в которых сконцентрирована биржевая торговля. Для каждого рынка характерны свои периоды активизации спроса и предложения, связанные в основном с сезонностью (для сельскохозяйственной продукции и т. п.). Сделки с поставкой в другие месяцы, находящиеся между активными, заключаются редко и цены на них практически не котируются; 2) месяцы

поставки, по которым ведется торговля и котируются цены во время специальных биржевых сессий.

МЕСЯЦЫ ОТСРОЧЕННЫЕ – месяцы, на которые ведется торговля фьючерсами и которые должны наступить позже других месяцев от момента данных торгов на бирже (фьючерсные контракты или опционы на фьючерсные контракты на эти месяцы имеют самый поздний срок реализации).

МЕСЯЦЫ ФОРВАРДНЫЕ – месяцы заключения срочных сделок или срочных контрактов на поставку товаров в будущем.

МЕТА (от итал. *meta* – половина, а *meta* – пополам) – условие сделки, в соответствии с которым ее участники делят пополам прибыли и убытки.

МЕТОД (от греч. *methodos* – путь исследования или познания, теория, учение) – совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения действительности, подчиненных решению конкретной задачи. В качестве М. могут выступать система операций при работе на определенном оборудовании, приемы научного исследования и изложения материала. В философии под М. понимается способ построения и обоснования системы философского знания. Для марксистско-ленинской философии в качестве М. выступает материалистическая диалектика. Своими генетическими корнями М. восходит к практической деятельности. Различие между М. и теорией носит функциональный

характер: формируясь в качестве теоретического результата прошлого исследования, М. выступает как исходный пункт и условие последующих исследований.

МЕТОДИКА (греч. *methodike*) – 1) совокупность методов, приемов целесообразного проведения какой-либо работы; 2) отрасль педагогической науки, исследующая закономерности обучения определенному учебному предмету.

МЕТОДОЛОГИЯ (от *метод* и ... *логия*) – 1) учение о научном методе познания; 2) совокупность методов, применяемых в какой-либо науке. М. в широком смысле образует необходимый компонент всякой деятельности, ибо последняя является предметом осознания, обучения и рационализации. Методологическое знание выступает в форме как предписаний и норм, так и описаний фактически выполненной деятельности. Родоначальником М. в собственном смысле слова является английский философ Ф. Бэкон, впервые выдвинувший идею вооружить науку системой методов и реализовавший эту идею в «Новом органоне». Следующий шаг в развитии М. делает французский мыслитель Р. Декарт: сформулировав проблему познания как проблему отношения субъекта и объекта, он впервые ставит вопрос о специфичности мышления, его несводимости к простому и непосредственному отражению реальности. Своей вершины в идеалистической философии М. достигла в системе Г. Гегеля. М. Гегеля коренным образом переработана на материалистической основе в марксистско-ленинской философии.

МЕТАИНФОРМАЦИЯ – информация о способах и методах переработки информации или о том, где найти информацию.

МЕТАЛЛ – химически простое вещество, обладающее особым блеском, ковкостью, хорошей теплопроводностью электропроводностью.

МЕТАЛЛ ВАЛЮТНЫЙ – металл (обычно золото, реже серебро), который принят в данной стране в качестве меры стоимости (всеобщего эквивалента) и на котором базируется все денежное обращение страны.

МЕТАЛЛ ДЕНЕЖНЫЙ – благородный металл, за которым стихийно закрепляется роль денег, как всеобщего эквивалента.

МЕТАЛЛЫ ДРАГОЦЕННЫЕ – золото, серебро, платина и металлы платиновой группы (палладий, иридий, родий, рутений и осмий) в любом виде и состоянии, за исключением ювелирных и других бытовых изделий из этих материалов и лома таких изделий. Являются объектом банковских операций. Настоящий перечень драгоценных металлов может быть изменен только федеральным законом. Драгоценные металлы могут находиться в любом состоянии, виде, в том числе в самородном и аффинированном виде, а также в сырье, сплавах, полуфабрикатах, промышленных продуктах, химических соединениях, ювелирных и иных изделиях, монетах, ломе и отходах производства и потребления.

МЕТАУПРАВЛЕНИЕ (от ит. *meta* – половина + управ-

ление) – управление самой системой управления, призванное обеспечить согласованную и эффективную работу подсистем и элементов системы управления и обеспечить в случае необходимости ее изменение (развитие).

МЕТКА ВЕКСЕЛЬНАЯ – один из реквизитов переводного векселя; наименование «вексель», написанное на том языке, на котором составлен документ.

МЕТОД (от гр. *methodos* – путь исследования, теория, учение) – совокупность приемов и операций практического и теоретического освоения действительности. Под М. в социальной работе понимаются специфические виды вмешательства (посредничества), осуществляемые на различных уровнях: индивидуальном, групповом, общинном, а также социальное администрирование и планирование. Однако ставшая уже классической классификация: индивидуальный, групповой и общинный – не вскрывает тех процессов, которые составляют сущность М. социальной работы. Возможна иная – двухуровневая систематизация. Так, к первичному уровню относятся такие М., как индивидуальная терапия, семейная и групповая терапия, в то время как вторичный составляют: супервизия, планирование, консультирование, сопровождение практики, развитие организации, менеджмент.

МЕТОД АНАЛИЗА – аналитический аппарат исследования экономических процессов. В зависимости от степени глубины исследования взаимосвязей микро- и макроэконо-

мики применяют различные методы, способы, приемы. Наиболее часто используемыми методами являются: нормативный, балансовый, структурный, индексный, моделирования, вариантный, системный. Методы связаны с моделированием системы взаимосвязей, характерных для рассматриваемого экономического процесса. В условиях компьютеризации привлекаются экономико-математические модели и соответствующие им статистические и математические методы.

МЕТОД АНКЕТНЫЙ – способ исследования проблем путем опроса репрезентативного числа лиц или обобщения сведений по специально разработанной письменной анкете и последующего обобщающего анализа и оценки собранных данных.

МЕТОД БАЛАНСОВЫЙ – метод, заключающийся в сопоставлении уравнивающих друг друга систем показателей (например, ресурсы и их использование, производство и потребление, денежные доходы и расходы, активы и пассивы, производство и распределение и т. д.). М. б. является инструментом измерения пропорций в экономике в стоимостной и натуральной формах.

МЕТОД БОНУСНЫЙ – метод отражения изменений в капитале товарищества при выходе из него одного из партнеров и принятии нового партнера. При этом дополнительная часть капитала, подлежащая возврату старому партнеру, выплачивается ему за счет вноса нового партнера. Альтернативой является метод Гудвилла.

МЕТОД БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА – способ познания и отражения предмета бухгалтерского учета. М. б. у. обеспечивает получение достоверных показателей о предмете бухгалтерского учета. Эти показатели делятся на две группы: одна из них характеризует объем, состав, размещение и использование средств предприятия, а другая – источники формирования средств и их целевое назначение. Между этими группами показателей существует постоянная тесная взаимосвязь, ибо они отражают одни и те же средства предприятия. Сколько имеется у предприятия средств, столько же и источников их формирования. Поэтому итоги указанных двух групп показателей всегда равны между собой. М. б. у. является совокупностью приемов и способов бухгалтерского учета.

МЕТОД РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ – включает теоретические, методические и процедурные аспекты деятельности субъектов. Теоретический связан с определением цели, объекта технологизации; выявлением сущности и принципов воспроизводства социальных процессов; раскрытием роли формализации социальных явлений, состояний, диалектики их познания, управления ими и т. д. Методический – выбор методов, средств получения информации, ее выработки, анализа, принципов трансформации информации в конкретные выводы и рекомендации в ходе разработки и использования социальных технологий. Процедурный – организация практической деятельности по

разработке социальных технологий.

МЕТОД В ПРОИЗВОДСТВЕ ГИБКИЙ – приемы предпринимательской деятельности, предусматривающие методы организации производства применительно к современным конкретным условиям. К ним относят, например, систему «точно вовремя», ее японскую модификацию и прообраз – «канбан», идея таких систем заключается в отказе от жесткого разделения труда и производственных функций, организации планирования выпуска товаров небольшими партиями, что создает возможность гибкой переналадки, приспособления производства к изменяющимся запросам потребителя. При этом меняется и сама философия производства: вместо выпуска товаров на склад появляется выпуск на заказ, а выпуск изделия или его части на каждом этапе производственного цикла привязан к проявлению потребности в нем на следующем этапе, внутрипроизводственные запасы (хранение деталей в ожидании операций) при этом минимизируются. Подобная система поддерживается комплексным контролем качества, упреждающим появление брака. Такими методами охвачены обычно два элемента производства: логистика и управление персоналом; основа внедрения – активное информационное обеспечение менеджеров и рабочих.

МЕТОД КАЛЬКУЛЯЦИИ НОРМАТИВНЫЙ – один из основных методов исчисления себестоимости продукции. Этот метод применяется в предприятиях с массовым, круп-

носерийным и мелкосерийным характером производства и в других производствах. Обязательными условиями правильного применения М. к. н. являются: составление нормативной калькуляции по действующим на начало месяца нормам; выявление отклонений фактических затрат от действующих норм в момент их возникновения; учет изменений действующих норм; отражение изменений действующих норм в нормативных калькуляциях. Действующими нормами называются такие, по которым производится в данное время отпуск материалов на рабочие места и оплата рабочим за выполненные работы.

МЕТОД КАЛЬКУЛЯЦИИ ПОЗАКАЗНЫЙ – один из основных методов исчисления себестоимости продукции. Этот метод применяется на предприятиях, где производственные расходы учитывают по отдельным заказам на изделие или работу. Такими являются, главным образом, предприятия с индивидуальным и мелкосерийным типами производства.

МЕТОД КАЛЬКУЛЯЦИИ ПОПЕРЕДЕЛЬНЫЙ – один из основных методов исчисления себестоимости продукции. Этот метод применяется на предприятиях, где исходный материал в процессе производства проходит ряд переделов, фаз или где из одних исходных материалов в одном технологическом процессе получают различные виды продукции. При полуфабрикатном варианте исчисляют себестоимость продукции по каждому переделу, которая состоит

из себестоимости предыдущего передела и расходов по данному переделу. Себестоимость продукции последнего передела является также и себестоимостью готовой продукции. При бесполуфабрикатном варианте исчисляется только себестоимость продукции последнего передела. При этом варианте затраты учитываются отдельно по каждому переделу без учета себестоимости продукции предыдущих переделов. В себестоимость готовой продукции включаются все затраты на ее производство по всем переделам. При М. к. п. так же, как и при других методах, сначала определяют себестоимость всей продукции, а затем себестоимость ее единицы. Себестоимость единицы продукции исчисляется различными способами в зависимости от особенностей технологического процесса.

МЕТОД НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ – порядок изменения ставки налога в зависимости от роста налоговой базы. Выделяют четыре основных метода налогообложения: равное, пропорциональное, прогрессивное и регрессивное налогообложение.

МЕТОД НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ (ИЗНОСА) – основной метод начисления периодического износа включает: метод прямолинейного (равномерного) износа, производственный метод; методы укоренного износа, в том числе метод суммы лет, метод снижающегося остатка.

МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ – способы и приемы, с помощью

которых организациям разрешено применять любой из двух методов определения выручки от реализации продукции для целей налогообложения: 1) по моменту оплаты отгруженной продукции, выполненных работ и оказанных услуг; 2) по моменту отгрузки продукции и предъявления платежных документов покупателю (заказчику) или транспортной организации.

МЕТОД ПЕРЕСТРАХОВАНИЯ – набор конкретных средств, позволяющих перестраховщику реализовать право выбора способа передачи (не передачи) риска перестрахования посредством заключения договоров перестрахования. В практике выделяют следующие М. п.: факультативное, облигаторное и факультативно-облигаторное перестрахование. Факультативное перестрахование дает возможность небольшим страховым компаниям успешно вести конкурентную борьбу за получение крупных рисков. Облигаторное перестрахование обычно применяется при заключении пропорциональных видов договоров – квотные и эксцедента суммы. Факультативно-облигаторное страхование позволяет перестрахователю не передавать в перестрахование риски, подпадающие под действие договора. Каждый из М. п. имеет преимущества и недостатки.

МЕТОД ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ СЕТЕВОЙ – 1) метод, использующий сетевую модель как основную форму представления информации об управляемом комплексе работы; 2) метод, представляющий собой аппарат

построения, расчета, анализа и оптимизации сетевых моделей, которые используются не только при решении достаточно сложных задач управления, но и служат основой построения специального класса систем организационного управления, которые называются системами сетевого планирования и управления.

МЕТОД ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ – совокупность приемов и способов согласования целей с ресурсами при помощи программы. Разработка программы состоит в построении дерева целей, дерева мероприятий, их реализации, определении ресурсов с учетом ограничений. Сравнение альтернативных вариантов программы по выбранному критерию оценки позволяет выбрать наилучший вариант.

МЕТОД РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАТРАТ МАТЕРИАЛОВ МЕЖДУ ИЗДЕЛИЯМИ КОЭФФИЦИЕНТНЫЙ – способ распределения фактического расхода материалов, при котором применяется коэффициент содержания. Расход материалов на каждое изделие определяют по формуле: $P_{fi} = P_f : (Q_j K_j) \times Q_j$, где P_{fi} – фактический расход материалов на одно изделие; P_f – фактический расход материалов на весь выпуск продукции; Q_j – количество выпущенных изделий; K_j – коэффициент содержания.

МЕТОД РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАТРАТ МАТЕРИАЛОВ МЕЖДУ ИЗДЕЛИЯМИ НОРМАТИВНЫЙ – способ распределения фактического расхода материалов, при котором предполагается существование для каждого изде-

лия определенной нормы расхода конкретного материала. Зная норму на одно изделие, мы можем определить норму затрат материалов на количество выпущенных изделий и сопоставить ее с фактическими данными расхода материалов, с тем чтобы оценить результаты использования материалов. Расход материалов на одно изделие определяют по формуле: $P_{fi} = P_f : (Q_j P_{nj} \times Q_j) \times P_{nj}$; где P_{fi} – фактический расход материалов на одно изделие; Q_j – количество выпущенных изделий; P_f – фактический расход материалов на весь выпуск продукции; P_{nj} – нормативный расход материала на одно изделие.

МЕТОД СРЕДНИХ ВЕЛИЧИН – способ изучения процессов и явлений с применением средних величин как важнейших характеристик статистического ряда. Выбор вида средней согласуется с природой реальной совокупности и признака, подлежащего осреднению (варьирующего признака).

МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ – способы воздействия субъекта управления на коллективы и отдельных работников для достижения поставленной цели. Различают методы управления и методы процесса управления. М. у. характеризуют законченный акт воздействия на объект управления, с помощью методов процесса управления выполняются лишь отдельные работы. Различают методы прямого и косвенного воздействия, формальные и неформальные. Использование методов прямого воздействия предполагает непосредствен-

ный результат воздействия; с помощью методов косвенного воздействия создаются условия для достижения высоких результатов. Соотношение методов формального и неформального воздействия отражает характерные черты стиля управления. Также выделяют методы управления, базирующиеся на основе объективных закономерностей, присущих производству как объекту управления, на основе специфики отношений, складывающихся в процессе совместного труда. По этому признаку выделяют М. у.: организационные, экономические, социально-психологические.

МЕТОД УЧЕТА – совокупность приемов учета, используемых в хозяйственной деятельности, а именно: оперативно-бухгалтерский (сальдовый), количественно-суммовой метод и с помощью отчетов материально ответственных лиц.

МЕТОД ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК – способ оценки процессов или явлений, не поддающихся непосредственному измерению. Основывается на суждениях специалистов. Индивидуальная оценка эксперта представляет собой количественную и (или) порядковую оценку изучаемого процесса или явления. Предполагается, что правильно обработанное коллективное мнение экспертов более достоверно и надежно, чем индивидуальные мнения экспертов, и что истинная величина изучаемого явления находится внутри диапазона оценок группы экспертов. При анализе коллективного мнения используются различные статистические характеристики – средние, показатели колеблемости и др.

МЕТОДИКА – свод определенных правил или положений, заключающих в себе, наряду с элементами знания, рекомендации или предписания по выстраиванию или организации какой-либо деятельности. В отличие от метода, М. носит прикладной, а не теоретический характер, поскольку ее применение связано с необходимостью решения сходных по условиям задач. Использование для этих целей М. предполагает обращение к заранее известным путям и способам, способствующим достижению требуемого результата. Каждая М. разрабатывается для решения определенного круга проблем.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ – совокупность приемов, способов организации и регуляции исследования, порядок и интерпретация полученных результатов при достижении определенной научной цели.

МЕТОДИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РАСЧЕТОВ – совокупность методов и приемов определения экономических показателей развития производства на всех уровнях экономики и расчета эффективности хозяйственных решений.

МЕТОДОЛОГИЯ (от греч. *methodos* – путь исследования, теория, учение + *logos* – учение) – учение о структуре, логической организации, методах и средствах деятельности; М. науки – учение о принципах построения, формах и способах научного познания.

МЕТОДЫ СБОРА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ – способы получения первичных данных о

свойствах изучаемых объектов. Основные М. с. с. и.: анкетирование, изучение документов, интервью, контент-анализ, наблюдение, социометрический опрос, эксперимент, тест. Анкетирование – наиболее распространенный способ сбора информации о человеческой субъективности: мыслях и чувствах людей, их мнениях, настроениях, жизненных планах. Интервью – целенаправленная беседа исследователя с респондентом, позволяющая получить более глубокие и точные сведения об индивидуальных особенностях сознания людей. Изучение документов позволяет извлечь социологическую информацию из официальных документов (постановлений государственных органов, архивных и статистических материалов, протоколов и пр.), а также неофициальных документов (личной переписки, воспоминаний, любительских кино и фотоматериалов, звукозаписей). Контент-анализ – метод извлечения информации из больших текстовых массивов с помощью выделения смысловых единиц, к которым относятся определенные понятия, темы, имена известных людей и др. Наблюдение – метод целенаправленного зрительного и слухового восприятия фактов поведения людей. Социометрический опрос – метод выявления межличностных отношений в группах и коллективах с помощью процедуры выбора желательных и отклонения нежелательных партнеров для совместной деятельности. Социологические тесты позволяют выделить латентные, скрытые свойства изучаемых объектов. Эксперимент – метод выявления

причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями посредством внесения целенаправленных изменений в изучаемые объекты. В процессе эксперимента создаются или изыскиваются условия, необходимые и достаточные для проявления и измерения связи явлений.

МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ – совокупность приемов, способов воздействия субъектов социальной работы на функционирование и развитие социальных отношений и процессов в обществе с целью достижения их оптимального соответствия жизнедеятельности людей; организационные методы (организационно-распорядительные, организационно-координационные, организационно-инструктивные, организационно-технические и т. д.); педагогические (методы формирования сознания личности, методы организации познавательной, практической деятельности и поведения индивида); социальномедицинские; социально-психологические; социально-экономические; социально-правовые и др.

МЕТРОПОЛИЯ (гр. *metropolis* от *meter* – мать + *polis* – город) – 1) в Древней Греции город-государство (полис) по отношению к созданным им поселениям; 2) государство, владеющее колониями.

МЕХАНИЗМ (от гр. *mechane* – орудие, машина) – 1) последовательность состояний, процессов, определяющих собой какое-нибудь действие, явление; 2) система, устройство, определяющее порядок какого-нибудь вида деятельности; 3)

внутреннее устройство (система звеньев) машины, прибора, аппарата, приводящее их в действие.

МЕХАНИЗМ ДЕНЕЖНЫЙ – способ, посредством которого изменения в денежной массе влияют на остальную экономику.

МЕХАНИЗМ ДОБРОВОЛЬНОГО УВОЛЬНЕНИЯ – 1) поощрение увольнения работника, посредством предоставления ему крупного единовременного пособия при уходе; 2) уход работника с одного места работы и поиск другого места с целью улучшения условий труда или повышения уровня его оплаты.

МЕХАНИЗМ ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ – совокупность организационных структур и конкретных форм хозяйствования, методов управления и правовых норм, с помощью которых общество использует экономические законы с учетом складывающейся исторической специфики.

МИБИД (англ. *MIBID – Moscow Interbank Bid Rate*) – средняя принятая процентная ставка (процентов годовых), объявляемая крупнейшими московскими банками-дилерами при покупке межбанковских кредитов.

МИБОР (англ. *MIBOR – Moscow Interbank Offered Rate*) – средняя принятая процентная ставка (процентов годовых), объявляемая крупнейшими московскими банками при продаже межбанковских кредитов.

МИГРАНТ – лицо, совершающее миграцию, т. е. пересекающее границы тех или иных территорий со сменой песто-

янного места жительства навсегда или на более или менее длительное время.

МИГРАЦИЯ КАПИТАЛА (лат. *migratio*) – перемещение капитала по территории в пределах одной страны, а также из одной страны в другую с целью более прибыльного его использования. М. к. в историческом плане была обусловлена потребностью освоения новых месторождений полезных ископаемых, а также возможностью использования более дешевой рабочей силы, земли, других ресурсов. М. к. в другие страны происходит двумя путями: 1) капитал перемещается в другую страну вместе со своим собственником; 2) капитал перемещается в другую страну без перемещения его собственника. В первом случае М. к. способствует ускорению экономического развития страны, поскольку извлекаемая из капитала прибыль обычно остается в данной стране и направляется в инвестиции. М. к. происходит в форме предпринимательского капитала и в форме ссудного капитала. В первом случае собственник капитала может организовать за границей свое предприятие или филиал действующей монополии, извлекая при этом прибыль. Во втором случае, предоставляя капитал в ссуду, его собственник получает проценты. Вывоз капитала осуществляется частными компаниями, государство – международными организациями (например, Международным валютным фондом, Международным банком реконструкции развития). М. к. между странами влияет на платежный баланс страны. Так, предпри-

нимательский капитал (прямые и портфельные инвестиции) в платежном балансе покачивается по статье «движение долгосрочного капитала». Причем те страны, которые больше вывозят, чем ввозят капитал, имеют дефицит по этой статье, однако он перекрывается положительным сальдо по статье «доходы от иностранных инвестиций». Однако в последние годы экспорт и импорт прямых иностранных инвестиций в большинстве развитых стран близки к балансу. Особенностью М. к. краткосрочного является то, что она может вызвать резкое ухудшение платежного баланса и тем самым кризис национальной валюты конкретной страны. М. к. выступает одним из методов государственного регулирования развития экономики, поскольку оказывает большое воздействие на социально-экономическое состояние страны. Именно поэтому ряд стран, например, Япония, многие годы тормозили ввоз иностранного капитала в свои страны. В 80-е годы существенно менялись направления потоков капитала. Наблюдался рост прямых иностранных инвестиций в США и страны Восточной Европы; происходит абсолютное сокращение вывоза капитала из США и Великобритании; снижается средняя доля развивающихся стран в общем объеме импортируемых прямых капиталовложений; увеличивается доля развивающихся стран в качестве инвесторов и усиливается переориентация их капиталовложений на развитые страны. Значительные сдвиги в М. к. могут произойти в результате создания единого интегрированного внутренне-

го рынка в рамках стран Европейского сообщества. Уже в настоящее время Европа привлекает значительную долю ежегодного общемирового объема прямых инвестиций.

МИГРАЦИЯ МАЯТНИКОВАЯ – регулярное передвижение населения из одного населенного пункта в другой на работу или учебу и обратно. Основное направление из села в город, из небольшого города в большой.

МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ – перемещение людей, связанное, преимущественно с изменением места жительства и места работы. Различают следующие виды М.: безвозвратная – с окончательной сменой постоянного места жительства; временная – с переселением на заранее известный, иногда и достаточно большой срок, выезда на учебу, работу; сезонная – с перемещением в определенные периоды года из города в село и назад; маятниковая – в виде регулярных поездок к местам работы, учебы, находящихся в другой местности; внутренняя – в виде перемещений внутри страны; внешняя – в виде эмиграции за пределы страны и иммиграции в страну.

МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ – перемещение лиц наемного труда между странами и территориями. М. р. с. существует в следующих формах: международная (межгосударственная), межрегиональная (между отдельными территориями одного государства) и маятниковая, связанная с ежедневными или регулярными периодическими поездками на работу из одной местности в другую, образующая таким образом «миграционный поток», то есть движение рабо-

чей силы, отличающейся относительной (иногда сезонной) устойчивостью.

МИГРАЦИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ – перемещение трудоспособного населения из одних населенных пунктов в другие с переменой места жительства и места приложения труда независимо от продолжительности, регулярности и цели. Существует четыре вида М. т. р.: безвозвратная, маятниковая, эпизодическая, сезонная. Каждый из этих видов специфичен по своему характеру, а мигрирующие трудовые ресурсы преследуют самые разнообразные цели. Безвозвратная (на постоянное жительство) вызывает их территориальное перераспределение. Сезонная М. т. р. означает их перемещение к местам временной работы и жительства (чаще всего на несколько месяцев). При этом сохраняется право возвращения в места постоянного жительства. Маятниковая М. т. р. есть ежедневные или еженедельные поездки людей от места жительства до места работы (и обратно), расположенных в разных населенных пунктах. Этот вид М. т. р. отражает неэффективное размещение средств производства и рабочей силы по территории страны. Эпизодическая М. т. р. означает деловые поездки, характеризующиеся своей нерегулярностью и несовпадением по своим направлениям. Различается М. т. р. межтерриториальная и межпоселенная. Межтерриториальная М. т. р. подразделяется на внутри- и межреспубликанскую, внутри- и межобластную, внутри- и межрайонную. Межпоселенная М. т. р. охватывает перемещения по

связям «город – город», «город – село», «село – город», «село – село». М. т. р. оказывает воздействие на социально-экономическое развитие отдельных районов и страны в целом посредством реализации своих функций. Различаются общие и специфические функции М. т. р. Первые осуществляются безотносительно к социально-экономической системе, вторые определяются характером общественного способа производства. Из специфических функций М. т. р. основными являются экономическая и социальная. Экономическая функция вытекает из экономических потребностей и интересов общества, конкретных территорий и мигрирующего трудоспособного населения. Экономическая функция М. т. р. состоит в обеспечении оптимальных соотношений между личными и вещественными факторами производительных сил как в местах выхода мигрантов, так и в местах их вселения. Содержание этой функции заключено в количественной и качественной сбалансированности рабочей силы, средств производства и природных ресурсов в каждом районе и в стране в целом, обеспечивающей эффективное функционирование общественного производства. Поскольку для каждой общественно-экономической формации характерна особая система общественных потребностей и ценностей, то экономическая функция М. т. р. принимает специфический характер. Социальная функция М. т. р. всецело определяется господствующей системой производственных отношений и способствует реализации цели данного способа

производства М. т. р. вызывает не только их территориальное перераспределение, но и горизонтальную и вертикальную социальную подвижность. Переселение обуславливает переход мигрантов из одной социальной группы в другую, изменяет многие признаки их социального положения. Социальная функция М. т. р. состоит в повышении жизненного уровня, социального развития общества в целом и каждого отдельного переселенца. К общим функциям М. т. р. относят ускорительную, селективную и перераспределительную. Ускорительная функция М. т. р. заключается в обеспечении определенного уровня территориальной мобильности, характеризует обновление структуры и состава трудовых ресурсов различных районов и увеличение ими числа мест жительства. М. т. р. способствует повышению их качества и как работников, и как личностей. Перераспределительная функция М. т. р. воздействует на их воспроизводство и в пределах отдельных районов, и в целом в стране. Селективная функция М. т. р. состоит в том, что неодинаковая интенсивность миграции различных социально-демографических и профессионально-квалификационных групп вызывает порой существенные изменения качественного состава трудовых ресурсов разных территориальных единиц. М. т. р. включает в себя три стадии: подготовительная, охватывающая собой формирование территориальной мобильности трудоспособного населения; вторая стадия – сам процесс перемещения места жительства и смена места приложения труда;

наконец, завершающая стадия, представляет приживаемость мигрантов на новом месте. Все стадии М. т. р. взаимосвязаны между собой. Мигрант – будущий новосел, а новосел – бывший мигрант, но находящийся в процессе адаптации в пункте вселения. Существует взаимосвязь и между исходной и заключительной стадиями территориальной подвижности. Новоселам, как правило, присуща относительно высокая миграционная мобильность, которая содержит в себе все признаки потенциальных мигрантов. М. т. р. в нашей стране характеризуется следующими направлениями: трудоспособное население перемещается из обжитых районов в восточные и северные слаборазвитые и вновь осваиваемые районы; отток сельских трудовых ресурсов в городские поселения; высокий уровень притока мигрантов в крупные и крупнейшие города. Движущими силами М. т. р. являются объективные и субъективные факторы, отражающие соответственно общественные и личные потребности: экономические потребности развития общественного воспроизводства (объективные факторы); материальные и духовные потребности мигрирующих трудовых ресурсов (субъективные факторы). Структура обеих групп факторов М. т. р. многообразна. Различают пять групп факторов миграционной подвижности трудоспособного населения. Экономические факторы: оптимальное размещение производительных сил по территории страны, соотношения интенсивных и экстенсивных типов воспроизводства всех элементов производительных сил; соот-

ношения уровней экономического развития районов страны; соотношения между наличными трудовыми ресурсами и потребностями в них общественного производства данной территории и др. Социальные факторы М. т. р., характеризующие социальный фон непосредственно окружающей переселенца среды: уровень развития социальной инфраструктуры (образование, здравоохранение, культура и т. п.), условия для социального и профессионально-квалификационного продвижения, структура и возможности использования свободного времени и т. д. Природно-климатические факторы М. т. р. охватывают собой окружающую природную среду: климат, рельеф местности, ландшафт и т. п. Все большее значение приобретает экологическое состояние территории. Фактически его можно выделить в самостоятельный фактор миграционной мобильности людей. Демографические факторы М. т. р. включают территориальные различия в структуре семьи и т. п. Объемы переселений, их интенсивность, направление, приживаемость в местах вселения во многом зависят от демографической структуры населения и в местах выхода, и в местах вселения новоселов. Под национальными (этническими) факторами М. т. р. понимаются национальные традиции, обычаи, специфика материальной и духовной культуры, различия в языке и т. д. В нашей стране территориальная подвижность разных национальностей существенно отличается. Все факторы М. т. р. находятся в тесной взаимосвязи, воздействуют на территориальные перемещения

не изолированно, а в совокупности, но вместе с тем неоднозначно и противоречиво. С точки зрения управляемости М. т. р. подразделялись на общественно-организованную и индивидуальную (т. е. не имеющую общественно-организованных форм ее осуществления). Первая принимает следующие организационные формы: оргнабор рабочих, сельскохозяйственное переселение семьями, общественные призывы молодежи, переводы по работе и др. Индивидуальные переселения непосредственно обществом не организуются и не регулируются, осуществляются по личной инициативе индивида и семьи. В последние годы в нашей стране в связи с национальными конфликтами в ряде районов образовались массовые потоки беженцев – особой группы мигрантов. Это наиболее обездоленная часть людей, которую нельзя отнести ни к общественно-организованной, ни к индивидуальной миграции. Переход к рыночным отношениям, обуславливая существенные преобразования в структуре экономики, усилит миграционные процессы в стране, обострит нарастание безработицы, углубит негативные моменты в социально-экономической ситуации в стране. Государственные органы на всех уровнях обязаны осуществить ряд превентивных мер с тем, чтобы М. т. р. в стране в наибольшей мере отвечала интересам общества и переселенцев.

МИГРАЦИЯ (лат. *migratio*) – переселение, перемещение.

МИГРАЦИЯ ДЕНЕГ – перемещение денег по стране

между различными республиками, регионами, областями, районами, городами и селами, а также между различными социальными группами населения.

МИГРАЦИЯ КАПИТАЛА – движение капитала из одной страны в другую или из одной отрасли хозяйства в другую в погоне за прибылью.

МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ – перемещение людей, связанное, как правило, со сменой места жительства.

МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ – перемещение, переселение трудоспособного населения, вызванное причинами экономического характера. В зависимости от того, пересекаются ли при этом границы страны, различают миграцию внутреннюю и внешнюю. Внутренняя миграция рабочей силы (между регионами страны, из села в город) имеет важное экономическое значение, являясь формой перераспределения трудовых ресурсов как основного элемента производительных сил, а также фактором изменения состава и размещения населения; при этом численность населения страны не меняется. Внешняя миграция влияет на численность населения страны, увеличивая или уменьшая его на величину миграционного сальдо. Последнее представляет собой разницу между количеством людей, переселившихся за пределы данной страны (эмигранты), и количеством людей, переселившихся в данную страну из-за ее пределов (иммигранты).

МИКРОМАРКЕТИНГ (гр. *mikros* – малый + маркетинг;

англ. *micromarketing*) – подсистема управления внутри предприятия, функционирование которой обеспечивает связь между производителем и потребителем. М. – осуществление деятельности, которая направлена на достижение целей компании путем предвидения потребностей потребителя или клиента и направления потока товаров и услуг, удовлетворяющих эти потребности, от производителя к потребителю или клиенту. Понятие «М.» лучше всего подходит к характеристике деятельности отдельной компании. Определяя роль эффективного маркетинга в предпринимательской деятельности, следует иметь ввиду содержание понятия «М.». С этих позиций одной из главных задач маркетинга является выявление главных факторов – внешних и внутренних, способствующих успешному и эффективному завоеванию предпринимателем рынка. К внешним (их еще называют неконтролируемыми) факторам маркетинга относятся: состояние и перспективы развития экономики, культура, технология, демографическая ситуация и ее прогноз, спрос на товары народного потребления и услуги, законодательство, конкуренция и т. д. К внутренним факторам маркетинга относится комплекс различных новых форм, методов и рычагов деятельности, применяемых давно существующими производственными корпорациями и фирмами в целях реорганизации своей работы в духе времени.

МИКРОРЕШЕНИЕ – решение, принимаемое отдельным хозяйствующим субъектом и касающееся лично его ин-

тересующих экономических величин (извлечение прибыли, ее использование, распределение ресурсов).

МИКРОСРЕДА (англ. *microenvironment*) – совокупность элементов, имеющих отношение к фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры: поставщиков, клиентов, конкурентов и контактной аудитории групп, которые проявляют реальный или потенциальный интерес к фирме или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей.

МИКРОФИШИРОВАНИЕ (от англ. *microfiche*) – вывод данных на микрофиш – плоскую фотопленку с матрицей кадров текстовой информации.

МИКРОЭКОНОМИКА (от греч. *mikros* – малый + *oikonymike* – искусство ведения хозяйства, домоводство) – 1) метод экономического анализа, базирующийся на оценках и исследованиях поведения индивидуальных единиц хозяйственного процесса – предпринимателей (предприятий) и потребителей; при том, что всякая индивидуальная единица (хозяйственная ячейка) принимается за свободную и изолированную. Микроэкономический анализ как ветвь экономической науки был фундаментально разработан экономистами классической школы, однако зачастую воспринимался ими как самодостаточный для характеристики всей экономической жизни в целом. В дальнейшем, наряду с макроэкономическим анализом, исследования в области микроэкономики составили единое целое экономической нау-

ки; 2) раздел экономической науки, связанный с изучением относительно маломасштабных экономических процессов, субъектов, явлений (предприятий, фирм, предпринимателей, их хозяйственной деятельности, экономических отношений между ними).

МИКРОЭЛЕМЕНТНОЕ НОРМИРОВАНИЕ – разработка составных долей норм времени, построенных с учетом данных хронологических исследований затрат труда на операцию (изделие). М. н. чаще всего применяется в точном машиностроении с высоким уровнем механизации и автоматизации производства.

МИКС-ФОНД (англ. *mix-fond*) – одна из форм инвестирования, при которой предусматривается смешанный вариант одновременного размещения капитальных вложений в движимое и недвижимое имущество.

МИЛИТАРИЗМ (от лат. *militaris* – военный) – политика наращивания военной мощи; подчинение военным целям экономики, науки, воспитания.

МИЛИЦИЯ (от лат. *militia* – войско) – система государственных органов исполнительной власти, призванных защищать жизнь, здоровье, права и свободы граждан, собственность и интересы общества и государства от преступных и иных противоправных посягательств и наделенная правом применения мер принуждения. В составе милиции имеются отделы: уголовный розыск, охраны общественного порядка, госавтоинспекции (ГАИ, в настоящее время

ГИБДД).

МИЛЛИМ (от фр. *millieme* – тысячная доля) – разменная денежная единица Туниса.

МИЛЛИОНЕР – обладатель состояния, оцениваемого в миллион или несколько миллионов каких-либо денежных единиц.

МИЛЛИОНЕР ПОДПОЛЬНЫЙ – владелец большого состояния, которое скрывается от налоговых органов, обычно оно сформировано в теневом или преступном бизнесе.

МИЛОСЕРДИЕ – высшее проявление человеческого сострадания, объединяющие жалость, сопереживание с активной деятельной любовью к ближнему. Оно связано с отношением личности к трудной ситуации, физическим или умственным недостаткам и слабостям другого человека, готовностью ему помочь.

МИЛЬРЕЙС (порт. *milreis* – буквально тысяча рейсов) – денежная единица и монета Бразилии (до 1942 г.) и Португалии (до 1911 г.), равная 1000 рейсов.

МИНА (от греч. *mina*; лат. *mind*) – весовая и счетно-денежная единица Древнего Востока, а затем античной Греции. Монеты в М. не чеканились; применялись главным образом в качестве единицы укрупненного счета денежных сумм. В разных местностях и в разные периоды М. имела различный вес. Например, финикийская М. содержала 364 г серебра и равнялась 60 драхмам; позднее она получила широкое распространение в Коринфе и Пелопоннесе. Эвбей-

ская М. весила 436,6 г, равнялась 1/60 таланта и 100 драхам; аттическая М. до реформы Солона (594 г. до н. э.) весила 599 г; Солон принял эвбейскую М. В Египте времен Птолемеев использовалась М. в 364 г, которая делилась также на 100 драхм.

МИНИМАЛЬНОЕ КОЛЕБАНИЕ КУРСА (англ. *minimum price fluctuation*) – минимально допустимое изменение курса при осуществлении купли-продажи конкретного контракта; определяется правилами биржи.

МИНИМАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ – установленные нормативы и нормы, обеспечивающие определенный уровень удовлетворения важнейших потребностей населения. М. с. с., имеющие приоритетное значение, устанавливаются в законодательном порядке. М. с. с. находят выражение в системе минимально-допустимых показателей, удовлетворяющих основные потребности населения: обеспеченность жильем, состояние здоровья, организация образования, культура, условия и охрана труда, окружающая среда. М. с. с. разрабатываются на федеральном и региональном уровнях. В субъектах Федерации М. с. с. могут корректироваться только в сторону увеличения. М. с. с. охватывают все отрасли социальной сферы. М. с. с. рекомендованы для использования в работе по финансированию развития социальной сферы бюджетными средствами органам исполнительной власти на всех уровнях управления. Формирование системы М. с. с. направлено на удовлетворение важней-

ших потребностей человека в услугах, выравнивание условий доступности их потребления различными социально-демографическими группами населения и по регионам; повышение обоснованности бюджетов, концентрации финансовых ресурсов на приоритетных направлениях политики, сохранение и развитие сферы услуг.

МИНИМИЗАЦИЯ – уменьшение, сведение к минимуму.

МИНИМИЗАЦИЯ ИЗДЕРЖЕК – предпосылка теории поведения, состоящая в том, что любое лицо или фирма будет стремиться при прочих равных условиях приобрести определенное количество товаров или вводимых в производство ресурсов с наименьшими расходами.

МИНИМУМ (лат. *minimum* – наименьшее) – 1) наименьшее значение, наименьшая величина; 2) совокупность специальных знаний, необходимых для работы в какой-либо области.

МИНИМУМ ГАРАНТИРОВАННЫЙ – уровень потребления, утвержденный в соответствии с финансовыми возможностями гаранта (государство, региональные органы власти, предприятие и т. д.), обеспечивающий удовлетворение минимально-необходимых потребностей человека. К М. г. относятся минимальная заработная плата, минимальная пенсия (стипендия), минимально-гарантированный доход, гарантированное предоставление медицинских услуг в рамках медицинского страхования и т. д.

МИНИМУМ ДВОЙНОЙ – используемый в анализе состояния рынка график изменения курса каких-либо ценных бумаг, показывающий, что курс дважды опускается до своего минимального уровня и вновь поднимается. Это означает, что при данном минимальном уровне существует спрос на эти ценные бумаги и что курс ценных бумаг в этих условиях не упадет ниже этого минимума.

МИНИМУМ ЗАТРАТ – часто применяемый в экономико-математических моделях критерий оптимальности, означающий, что в условиях задачи фиксируется определенный объем продукции, а расчет ведется таким образом, чтобы получить заданный объем при наименьших полных приведенных затратах. Таким методом, например, решается большинство отраслевых задач оптимального планирования размещения и развития производства.

МИНИМУМ НЕОБЛАГАЕМЫЙ – величина объекта налогообложения, ниже которой объект налогом не облагается.

МИНИМУМ ПРОЖИТОЧНЫЙ – уровень доходов, обеспечивающий приобретение набора материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека при определенном уровне социально-экономического развития страны и сложившихся потребностях населения; рассчитывается на душу населения и различается в зависимости от пола и возраста. Жизненно необходимый уровень потребления включает только расходы на питание, самые

необходимые предметы санитарии и гигиены, коммунальные услуги; основные разделы микроэкономики: теория потребителя; теория фирмы и рыночной структуры; проблемы монополии и конкуренции; проблемы взаимодействия государства и частного сектора; анализ рынка труда; вопросы распределения доходов.

МИНИСТР (фр. *ministre* от лат. *minister regis* – помощник, слуга царя) – высшее должностное лицо, входящее в состав правительства, стоящее, как правило, во главе министерства.

МИНИСТЕРСТВО (фр. *ministere* от лат. *ministerium* – служба, должность) – центральный орган государственного управления, ведающий отдельной отраслью хозяйства или управления.

МИНОРАТ (от лат. *minor* – младший; фр. *mi-norat*) – наследственное право младшего в роде (ранее было развито преимущественно в крестьянских хозяйствах), а также само имущество, подлежащее миноратному наследованию.

МИССИЯ (лат. *missio* от *mittere* – посылать) – ответственное задание, поручение.

МИССИЯ КОРПОРАТИВНАЯ – элемент стратегии, отражающий существующую на рынке возможность удовлетворять конкретный вид потребностей, поставляя данный вид продукции для данной категории потребителей в условиях конкурентной борьбы с определенной группой поставщиков-соперников.

МНЕНИЕ – суждение, выражающее личную оценку.

МНЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ – состояние массового сознания, в котором отражается отношение различных социальных общностей к проблемам, событиям и фактам реальности, вызывающим общественный интерес, возможность дискуссии и т. д.

МНЕНИЕ ОСОБОЕ – мнение члена коллегиального органа не согласного с решением, принятым большинством членов по делу в целом или по отдельным вопросам, которые должны быть разрешены этим коллегиальным органом при вынесении решения, приговора, определения, постановления.

МНОЖЕСТВО – 1) совокупность элементов, объединенных по какому-либо признаку; 2) очень большое количество чего-либо.

МНОЖИТЕЛЬ ДИСКОНТИРУЮЩИЙ – показатель, позволяющий определить так называемую современную стоимость, то есть узнать, сколько денег следует внести, вложить сегодня, чтобы через определенное число лет при известной норме доходности получить нужную сумму. М. д. рассчитывается по правилу сложных процентов. Дисконтирующий множитель применяется при расчетах, оценках долгосрочных финансовых операций, инвестиций, в том числе банковских и страховых.

МОБИЛИЗАЦИЯ (фр. *mobilisation* от лат. *mobilis* – подвижный) – проведение необходимых мероприятий по кон-

центрации средств и ресурсов для достижения поставленной цели.

МОБИЛИЗАЦИЯ В РФ – комплекс мероприятий по переводу экономики РФ, экономики субъектов РФ и экономики муниципальных образований, переводу органов государственной власти, органов местного самоуправления и организаций на работу в условиях военного времени, переводу Вооруженных Сил РФ, других войск, воинских формирований, органов и специальных формирований на организацию и состав военного времени. Мобилизация в РФ может быть общей или частичной.

МОБИЛЬНОСТЬ – 1) способность к быстрому передвижению, перемещению; подвижность; 2) способность быстро ориентироваться в обстановке, находить нужные формы деятельности.

МОБИЛЬНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ – степень готовности работников переезжать из одного региона страны в другой (географическая мобильность), менять один вид занятий на другой (межпрофессиональная мобильность).

МОБИЛЬНОСТЬ СОЦИАЛЬНАЯ – переходы людей из одних социальных групп в другие, их перемещение в группы с более высоким доходом, престижем и властью (социальное восхождение) или в более низкие иерархические группы (социальное нисхождение, деградация), а также в группы с аналогичным уровнем дохода, престижа и власти (горизонтальная мобильность).

МОДА (фр. *mode* от лат. *modus* – мера, образ, способ, правило, предписание) – наиболее популярный или распространенный стиль в данный отрезок времени в данной сфере деятельности.

МОДЕЛИРОВАНИЕ – исследование каких-либо явлений, процессов или систем путем построения и изучения их моделей; использование моделей для определения поведения и характеристик реальных систем.

МОДЕЛЬ (от лат. *modulus* – мера, образец) – копия или аналог изучаемого процесса, предмета или явления, отображающая существенные свойства моделируемого объекта, с точки зрения цели исследования.

МОДЕЛЬ ИМИТАЦИОННАЯ – в теории управления это модель, воспроизводящая поведение системы во времени, сохраняющая внутреннюю связь между элементами системы и отображающая зависимость выходов системы от входов. М. и. дает возможность получить сведения о состоянии процессов в определенные моменты времени и оценить характеристики системы.

МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННАЯ – схема потоков информации, используемой в процессе управления, отображающая различные процедуры выполнения функций управления организацией (предприятием) и показывающая по каждой задаче связь входных и выходных документов и показателей.

МОДЕЛЬ КОНКУРЕНЦИИ – модель состояния эконо-

номической системы в условиях рыночной конкуренции, отражающая соотношение между спросом, предложением и ценами на товары.

МОДЕЛЬ МАТРИЧНАЯ – экономико-математическая модель, отображающая наиболее специфические количественные и качественные характеристики исследуемых экономических процессов и явлений. Зависимости в этой модели представлены в виде упорядоченных таблиц, состоящих из m строк и n столбцов чисел. Кроме того, М. м. могут быть представлены также в виде уравнений (линейных и нелинейных). М. м. применяют для анализа и планирования производства и распределения продукции на разных уровнях – от отдельных предприятий до народного хозяйства в целом.

МОДЕЛЬ НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННАЯ – модель, отражающая состояние и развитие народного хозяйства как единого целого или как совокупности взаимодействующих его частей.

МОДЕЛЬ НЕРАВНОВЕСНАЯ – экономико-математическая модель, описывающая (в отличие от моделей равновесия) экономическую систему, в которой не соблюдается равновесие; прежде всего, нет цен, уравнивающих спрос и предложение ресурсов.

МОДЕЛЬ ПЕНСИОННАЯ НАКОПИТЕЛЬНАЯ – система, при которой свою будущую пенсию работник должен накапливать самостоятельно на собственном индивидуально-персонифицированном счете в специализированной

пенсионной страховой компании. При этом участие государства сводится к контролю за деятельностью страховой компании и обеспечению правовых гарантий при осуществлении пенсионных накоплений.

МОДЕЛЬ ПЕНСИОННАЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ – система, при которой пенсии из общегосударственного пенсионного фонда, формируемого из текущих отчислений из доходов наемных работников, независимо от их возраста, и их работодателей, распределяются определенным образом среди лиц, достигших пенсионного возраста. Модель носит социально-уравнилельный характер, требует тотального государственного контроля. Пенсионные средства не участвуют в рыночном инвестиционном процессе. Будущие и настоящие пенсионеры отстранены от самостоятельного управления личными пенсионными средствами, что дает государству «излишнюю свободу» в распоряжении средствами общегосударственного пенсионного фонда, в то же время уровень социальных гарантий при этой модели значительно шире (но не выше).

МОДЕЛЬ «УСРЕДНЕННОГО ИЗБИРАТЕЛЯ» – наличие тенденции в рамках прямой демократии к соответствию принятых решений интересам избирателей, чьи собственные чаяния лежат в середине «шкалы интересов» данного сообщества.

МОДЕЛЬ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ – модель, отражающая механизм формирования цен.

МОДЕЛЬ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКАЯ – экономико-математическая модель, служащая для анализа и прогнозирования экономических процессов на разных уровнях. Представляет собой систему регрессионных уравнений с зависимыми и независимыми переменными.

МОДЕЛЬ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКАЯ – описание экономических объектов, закономерностей, связей и процессов посредством математических знаков и связывающей их совокупности математических соотношений.

МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ – система взаимосвязей экономических явлений, выраженных в количественных характеристиках и представленная в системе уравнений. М. э. позволяет на основе известных или выборочно задаваемых значений переменных (экзогенных) получить с помощью решения системы уравнений значения остальных переменных (эндогенных). Экономические модели подразделяются на макро- и микроэкономические, а также (в зависимости от цели) на прогностические, имитационные (позволяющие оценить последствия каких-либо действий) и оптимизационные (с целью поиска лучших вариантов для достижения одной или нескольких целей).

МОДЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР ЗАНЯТОСТИ – местный орган службы занятости, который обеспечивает оказание гражданам и работодателям полного перечня услуг в области содействия занятости, использование эффективных технологий взаимодействия с гражданами, ищущими работу, а

также осуществляет деятельность по унификации и стандартизации оснащенности центров занятости, мониторинг учебных курсов и методических материалов, отработку новых технологий для подготовки кадров центров занятости.

МОДЕРНИЗАЦИЯ (фр. *moderniser* от *moderne* – современный) – ввод усовершенствований, отвечающих современным требованиям.

МОДИФИКАЦИЯ (фр. *modification* от лат. *modificatio* – изменение) – изменение в продукции компании, включающее создание новой модели, стиля, цвета, улучшение товара и новую торговую марку.

МОДИФИКАЦИЯ В УЧЕТЕ – движение ценностей, изменяющее итог баланса. Различают компенсационные и результатные модификации.

МОДИФИКАЦИЯ ИЗДЕЛИЯ – разновидность продукции, создаваемой на основе базового изделия, с целью расширения или специализации сферы его использования.

МОДУС (от лат. *modus* – мера, образ, способ) – разновидность, проявление, норма, способ чего-либо.

МОДУС ВИВЕНДИ (лат. *modus vivendi* – образ жизни) – 1) временное или предварительное соглашение по какому-либо международному вопросу, заключенное сторонами в расчете на его окончательное урегулирование в последующем. Документ, устанавливающий М. в., может представлять собой обычное соглашение, подписанное обеими сторонами; чаще всего М. в. устанавливается в форме обмена нотами; 2)

фактическое состояние отношений, признаваемое заинтересованными сторонами.

МОДУС ПРОСЕДЕНДИ (лат. *modus procedendi* – способ действия) – дипломатический термин, применяемый для обозначения соглашения, устанавливающего, каким образом и в каком порядке должно быть выполнено какое-либо обязательство или действие.

МОЕ СЛОВО – МОЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО – основополагающий этический принцип в бизнесе.

МОЛОДЕЖЬ – социально-демографическая группа периода становления и адаптации к миру взрослых. В России к М. относятся лица в возрасте от 14 до 30 лет. Государственная молодежная политика в России направлена на создание правовых, экономических и организационных условий и гарантий для самореализации личности молодого человека, развития молодежных объединений, движений и инициатив. В целях создания экономических, правовых и организационных условий и гарантий для социального становления действует федеральная программа «Молодежь России», которой предусмотрены следующие направления: 1) создание системы информационного обеспечения М.; 2) пути решения жилищной проблемы М.; 3) поддержка молодой семьи; 4) поддержка молодежного предпринимательства; 5) решение вопросов занятости М.; 6) развитие гражданственности и патриотизма российской М.; 7) поддержка талантливой М.; 8) развитие художественного творчества М.; 9) развитие мас-

сового спорта среди детей и М.; 10) формирование и развитие системы социальных служб для М.; 11) развитие системы детского, молодежного и семейного отдыха; 12) международное молодежное сотрудничество; 13) система подготовки и переподготовки государственных служащих и специалистов по работе с М.; 14) государственная поддержка деятельности детских и молодежных объединений.

МОМЕНТ (от лат. *momentum* – мгновение) – 1) конкретная, дискретная точка времени; очень короткий промежуток (интервал) времени; 2) отдельная сторона какого-либо явления.

МОМЕНТ ВВОЗА – дата принятия таможенным органом таможенной декларации в отношении груза.

МОМЕНТ ПЕРЕХОДА ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ГРАНИЦУ – это условие перевозок товаров, при котором учет экспорта и импорта ведется по моменту перехода их через Государственную границу.

МОМЕНТ ПОСТАВКИ – дата сдачи продукции перевозчику или органу связи, обозначенная штампом на перевозочном документе или документе органа связи, дата приемосдаточного акта или расписка в получении продукции.

МОМЕНТ ПРОДАЖИ – поступление средств на счета в банках за товары, работы или услуги, а при расчетах наличными деньгами – день поступления выручки в кассу.

МОМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ – момент, в который товары, отгруженные или отпущенные покупателю,

считаются проданными. С точки зрения бухгалтерского учета, момент реализации – это время, когда следует кредитовать счет «Реализация продукции (работ, услуг)», то есть отразить увеличение объема реализации (товарооборота). Моментом реализации считается отгрузка товаров и предъявление покупателям (заказчикам) расчетных документов.

МОДЕЛЬ ПОЛЕЗНАЯ (англ. *useful model*) – вид промышленной собственности, иногда рассматриваемый как «малый патент». М. п. менее значительна, чем изобретение, и исключительные права на нее предоставляются обычно на более короткий срок. М. п. признается в качестве объекта защиты не всеми странами.

МОДЕЛЬ РОСТА СОЛОУ (англ. *Solow growth model*) – модель, выявляющая механизм воздействия сбережений, роста населения и научно-технического прогресса на уровень жизни и его динамику.

МОДЕЛЬ УРАВНОВЕШИВАНИЯ РЫНКА – (англ. *market-clearing model*) – экономическая модель, исходящая из предположения о том, что цены свободно изменяются, уравновешивая спрос и предложение.

МОНАРХИЯ (от гр. *monarchia* – единовластие) – форма государственного правления, при которой верховная власть в государстве сосредоточена в руках единоличного главы государства – монарха; государство с такой формой правления.

МОНЕТА (лат. *moneta*) – денежный знак, изготовленный из металла (золота, серебра или медных сплавов; в насто-

ящее время — из различных сплавов меди, никеля, алюминия). Первый монетный двор в Риме был учрежден в Древнем Риме при храме Юноны Монеты, отсюда и термин «монета». Первоначально металлические деньги имели форму слитков различной формы (прямоугольную, овальную и др.), что затрудняло их обращение. Постепенно перешли к чеканке монеты круглой формы, как наиболее удобной для обращения, которая и стала господствующей. В М. различают лицевую (аверс) и обратную (реверс) стороны и обрез (гурт). На каждой М. имеется изображение (герб, имя, титул, изображение правителя) и легенда, содержащая название государства (города), год чеканки, наименование М. М. появляются с развитием товарно-денежных отношений и торговли. Основы монетного дела определяются монетной системой, принятой в государстве: законодательно определяются вес М. при чеканке (законное отклонение от принятого веса (ремедиум); металл, из которого чеканятся М.; относительная стоимость монетных металлов по отношению друг к другу (рацио) и др. С появлением бумажных денег роль М. как основного платежного средства сходит на нет. Важное значение как сокровища сохраняют М. из драгоценных металлов (золота и серебра). В XX в. М. повсеместно является разменным денежным знаком с условным, по отношению к бумажным денежным знакам, курсом. М. из золота и серебра выпускаются редко и не имеют серьезного экономического значения. В большинстве случаев это памятные (или юби-

лейные) М. Монопольное право государства чеканить монету носит название монетной регалии.

МОНЕТА БИЛОННАЯ – неполноценная разменная монета, номинал которой превышает стоимость содержащегося в ней металла и расходы на ее чеканку. М. б. чеканятся из низкопробного серебра, меди, нейзильбера и др.

МОНЕТА ПЛАКИРОВАННАЯ – монета с основной и покрытием из разных металлов для снижения себестоимости.

МОНЕТА РАЗМЕННАЯ – денежный знак, изготовленный из металла, является средством обращения и платежа. В XX в. монета повсеместно является разменным денежным знаком с условным, по отношению к бумажным денежным знакам, курсом.

МОНЕТАРИЗМ (англ. *monetarism* от лат. *moneta* – монета) – 1) одно из основных течений современного неоконсерватизма, сформировавшееся в 70-е годы наряду с теорией предложения. Главной особенностью М. является то, что основные проблемы современного рыночного хозяйства рассматриваются в нем через призму денежного обращения. Большинство монетаристских концепций опирается на методологические принципы, сформулированные лидером монетаристов – М. Фридменом. Основной принцип – соединение традиционного для неоклассического направления формально-логического способа научного анализа с расчетами на основе эконометрических моделей. Такие оценки должны

обеспечивать связь между теоретическими заключениями и реальной действительностью. Важное значение в методологии М. придается разграничению экономики на реальный и денежный секторы. Реальный сектор, в котором действуют исключительно рыночные силы, отождествляется с производством и продажей товаров и услуг. Его характеризуют уровни и динамика инвестиций, занятости, цен и т. д. Денежный сектор является сферой деятельности государства. Монетаристы считают необходимым сделать денежный сектор «нейтральным» по отношению к реальному, дать рыночному механизму благоприятные условия функционирования, снабдить товарные рынки нужным количеством денег. Одним из самых сильных мест монетаристской теории является детальная проработка вопросов, связанных с организацией неинфляционной денежной политики. Ряд положений этой политики выдержали проверку практикой. Свидетельства тому – стабильно низкие темпы роста цен, сохранявшиеся в 80-е годы в экономике США, Великобритании и других стран, где государство стремилось придать денежному регулированию монетаристскую ориентацию; 2) в узком смысле это экономическая теория, согласно которой количество денег в обращении является определяющим фактором формирования хозяйственной конъюнктуры и существует прямая связь между изменениями денежной массы в обращении и величиной валового национального продукта.

МОНЕТАРНОЕ ПРАВИЛО (англ. *monetary rule*) – пра-

вило, сформулированное монетаристами. Его суть заключается в следующем: масса денег в обращении должна ежегодно возрастать темпами, равными потенциальному темпу роста реального валового национального продукта (ВНП). Согласно этому правилу, денежная масса в стране должна устойчиво увеличиваться темпом от 3 до 5 %.

МОНЕТНЫЙ ДВОР – государственное предприятие, занимающееся чеканкой монеты, изготовлением орденов, медалей и других государственных металлических знаков отличия. В России чеканка монеты производилась на М. д., существовавших в разное время в Москве, Новгороде, Пскове, Рязани, Колывани и других городах. В 1724 г. был основан М. д. в Петербурге. С 1876 г. Петербургский М. д. стал единственным местом чеканки монет в России. В 1942 г. создан М. д. в Москве.

МОНЕТНЫЙ ПАРИТЕТ (англ. *mint ratio*) – 1) в условиях биметаллического стандарта отношение официальной стоимости весовой единицы золота к официальной стоимости такой же единицы серебра; 2) законодательно установленное содержание валютного металла в монете; 3) соотношение денежных единиц различных стран в соответствии с количеством законодательно установленного в монетах чистого золота (серебра); 4) в условиях золотого или серебряного монометаллизма для стран, имевших одинаковые денежные системы, М. п. определяется соотношением золотого (серебряного) содержания их денежных единиц (так, до

Первой мировой войны 1914–1918 гг. доллар США содержал 1,50463 г чистого золота, а английский фунт стерлингов – 7,322382 г чистого золота. М. п. фунта к доллару составлял 4,86656); 5) для стран, имевших различные денежные системы, М. п. устанавливался в соответствии с рыночной стоимостью золота и серебра; 6) при обращении полноценных монет и размене банкнот на золото М. п. являлся основой, на которой складывался валютный курс. Последний колебался вокруг М. п. в зависимости от спроса и предложения на валюту данной страны в пределах золотых точек; 7) в условиях обращения неразменных банкнот понятие «М. п.» практически потеряло значение.

МОНЕТНЫЙ УСТАВ (англ. *mint charter*) – установленные государственным законом правила, регламентирующие порядок чеканки монеты в стране. М. у. определяет характер чеканки (свободная или закрытая), пробу валютного металла, вес, тип и легенду выпускаемых монет. При золотом стандарте М. у. регламентировал выпуск полноценных и неполноценных (разменных) монет. В условиях бумажноденежного обращения определяет порядок выпуска в обращение только неполноценных монет. Нарушение М. у. (например, подделка монет) карается законом.

МОНИТОРИНГ (англ. *monitoring* от лат. *monitor* – наблюдающий) – систематическое отслеживание, изучение состояния социальных явлений и процессов, сопоставление результатов постоянных наблюдений для получения обос-

нованных представлений об их действительном положении, тенденции их развития. Социологический М. – необходимый прием оценки качества технологизации социального пространства, действенности социальных технологий. Он позволяет своевременно вносить коррекцию в социальные технологии, снимать устаревшие и вводить новейшие, что позволяет расширить пределы технологизации и обеспечивать эффективность. На протяжении ряда лет в России проводится М. социально-экономического потенциала семей и Всероссийский мониторинг социально- трудовой сферы. Одним из направлений последнего является М. доходов и уровня жизни населения.

МОНОМЕТАЛЛИЗМ (от греч. *Monos* – один, единый, единственный + лат. *Metallum*) – денежная система, при которой один металл служит всеобщим эквивалентом и основой денежного обращения. В зависимости от того, какой металл играет эту роль, М. может быть: медным, серебряным, золотым.

МОНОМЕТАЛЛИЗМ ЗОЛОТОЙ – денежная система, при которой золото служит всеобщим эквивалентом и основой денежного обращения.

МОНОМЕТАЛЛИЗМ СЕРЕБРЯНЫЙ – денежная система, при которой серебро служит всеобщим эквивалентом и основой денежного обращения.

МОНОПОЛИЗАЦИЯ РЫНКА – ситуация, складывающаяся на рынке, когда монополии сосредоточивают в своих

руках подавляющую часть производства и сбыта товаров, что обеспечивает им возможность диктовать свои условия продажи и устанавливать монопольные цены. М. р. ведет к диктату производителя над торговлей и потреблением, а вследствие этого – к стагнации. Важными направлениями борьбы с М. р. являются развитие среднего и малого бизнеса, внедрение принципов маркетинга и совершенствование антимонопольного законодательства.

МОНОПОЛИЗМ (от гр. *monos* – единственный, один + *poleo* – продаю) – 1) господство на рынке товаров и услуг одного производителя, продавца или сравнительно небольшой группы производителей, продавцов, объединившихся в целях захвата рынка, вытеснения конкурентов, продающих данный или аналогичный товар, контроля цен; 2) действия хозяйствующих субъектов, органов управления, направленные на устранение конкуренции, установление доминирующего положения одного участника рынка.

МОНОПОЛИСТ – 1) тот, кто обладает монополией; 2) человек, обладающий исключительным правом на что-либо.

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ – рыночная структура, состоящая из множества мелких фирм, выпускающих неоднородную продукцию; характеризуется свободным входом и выходом фирм.

МОНОПОЛИЯ (от гр. *monos* – единственный, один + *poleo* – продаю) – исключительное право производства, торговли, промысла и т. п., принадлежащее одному лицу, опре-

деленной группе лиц или государству; рынок, на котором действует всего один продавец некоего товара или услуги. Различают закрытую, естественную и открытую М. Закрытая М. защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений. Примером может служить М. почтовой службы США на доставку почты первым классом. Другими вариантами возникновения закрытой М. является патентная защита, институт авторских прав. Естественная М. – отрасль, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок целиком. В такой отрасли минимальный эффективный масштаб производства товара близок (или даже превосходит) то количество, на которое рынок предъявляет спрос по любой цене, достаточной для скрывания издержек производства. В данной ситуации разделение выпуска между двумя или большим количеством фирм приведет к тому, что масштабы производства каждой будут не эффективно малы. С естественными монополиями, в основе которых лежит экономия в масштабах производства, тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальными природными ресурсами. Открытая М. – монополия, при которой одна фирма, по крайней мере, на некоторое время становится единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции. В ситуации открытой М. часто оказываются фирмы, впервые вышедшие на рынок с новой продукцией. Их конкуренты, однако, могут появиться на рын-

ке несколько позже. Такая классификация М. на три категории весьма условна. Некоторые фирмы могут принадлежать сразу к нескольким видам монополии. К их числу относятся, например, фирмы, обслуживающие систему телефонной связи, а также электрические и газовые компании, которые могут быть отнесены как к естественной М. (так как присутствует эффект экономии на масштабах), так и к закрытой М. (так как присутствуют барьеры для конкуренции). Также может быть проведена классификация, основанная на учете временного горизонта. Например, патентное свидетельство дает фирме закрытую М. на краткосрочном временном интервале. Последнее происходит не только из-за ограниченности срока действия патента, но также из-за того, что конкуренты просто могут изобрести новые продукты. Фактически все М. могут считаться открытыми. Легальные барьеры, которые защищают закрытые М. от конкурентов, могут быть отменены судом. Преимущества в издержках естественных М. могут быть сведены на нет изменениями в технологии. Все монополии подвержены ударам конкуренции со стороны товаров- субститутов. Монополия, которая в каждый конкретный момент времени продает свою продукцию по одной и той же цене всем своим покупателям, называется простой М.

МОНОПОЛИЯ АБСОЛЮТНАЯ – полный контроль за всем производством и реализацией данного товара или вида услуг со стороны одного производителя или поставщи-

ка.

МОНОПОЛИЯ БАНКОВСКАЯ – крупнейшие банки и их объединения, господствующие в проведении банковских операций и на этой основе извлекающие монопольно высокие прибыли. Существуют следующие основные банковские монополии: банковский картель, банковский синдикат, банковский трест, банковский концерн.

МОНОПОЛИЯ БИЛАТЕРАЛЬНАЯ – ситуация, при которой продавцу, контролирующему все предложения, противостоит покупатель, контролирующий весь спрос.

МОНОПОЛИЯ ВАЛЮТНАЯ – монополия государства в лице его органов на валютные операции и всю валюту, зарабатываемую экономическими агентами.

МОНОПОЛИЯ ДВУСТОРОННЯЯ – рынок, на котором единственному продавцу противостоит единственный покупатель.

МОНОПОЛИЯ ЕСТЕСТВЕННАЯ – официально признанная неизбежная монополия на производство и продажу товаров и услуг, применительно к которым монополизм обусловлен либо естественными правами монополиста, либо соображениями экономической выгоды для всего государства и населения. Так, М. е. возникает в тех областях, где действует авторское право, ибо автор – монополист по закону. С другой стороны, в интересах всего государства выгодно иметь единые трубопроводные, энергетические сети, железнодорожные магистрали. Государственная монополия

возникает также в тех сферах, где ее наличие обусловлено соображениями общественной безопасности.

МОНОПОЛИЯ ЛОЖНАЯ – кратковременная ситуация в биржевых сделках, при которой потребность в данном товаре, ценной бумаге не является актуальной, и большинство продавцов, ожидая предстоящей активизации спроса, в данный момент придерживают продажу.

МОНОПОЛИЯ СТРАХОВАЯ – 1) исключительное право государственных организаций на проведение страхования в стране. М. с. может быть полной, когда государственный страховщик проводит все виды страхования, и частичной, когда государственному страховщику предоставляется исключительное право на определенные виды страховой деятельности; 2) крупнейшая страховая компания или группа компаний, господствующая на национальном и международном страховом рынке при проведении определенных видов страхования или перестрахования. В современных условиях М. с. действуют наряду с многочисленными мелкими страховыми организациями, определяя общую политику в страховом деле.

МОНОПОЛИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ – крупные хозяйственные объединения, национальные по капиталу, международные по сфере своей деятельности, осуществляющие экономическую экспансию путем создания в других странах широкой сети отделений, филиалов, производственных предприятий.

МОНОПОЛИЯ ЧИСТАЯ (англ. *pure monopoly*) – разновидность соперничества между товаропроизводителями за лучшие условия производства и реализации продукции. М. ч. характеризует рынок единственного продавца. Цена в каждом случае устанавливается по-разному. Так, государственная монополия может установить цены ниже издержек на продукты, имеющие важное значение для бедных потребителей, а нерегулируемое предприятие-монополист получает возможность самостоятельно устанавливать предельно высокие цены, качество продукции, объем сбыта и другие показатели своей деятельности. Отрицательные последствия М. ч. обнаруживаются в том, что у предприятия-монополиста нет нужных внешних стимулов к развитию, в частности, таких, как конкурентное давление, необходимость в обновлении производства, в улучшении качества продукции. Поэтому потребность в использовании маркетинга отсутствует. В связи с тем, что М. ч. ограничивает конкуренцию, государство проводит антимонопольную политику, включающую контроль за деятельностью предприятий, занимающих доминирующее положение на данном рынке, использует меры, ограничивающие монополистические действия, осуществляет разукрупнение монополистических структур, создает необходимые условия для развития конкуренции.

МОНОПОЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ (англ. *monopoly profits*) – форма дохода, цель и результат деятельности монополистического капитала; прибыль монополистических объеди-

нений, превышающая среднюю. М. п. выступает не только результатом функционирования наемного труда на предприятиях монополий, но и перераспределения в пользу монополий доходов крестьян, ремесленников, лиц свободных профессий, мелкой и средней буржуазии, народов развивающихся стран. Формой реализации М. п. является монопольная цена. В условиях домонополистического капитализма М. п. носила случайный характер; в эпоху империализма она становится постоянным явлением.

МОНОПСОНИЯ (от гр. *monos* – единственный, один + *opsonia* – закупка) – ситуация, рассматриваемая в теории несовершенной конкуренции, при которой единичному покупателю противостоит множество продавцов. При этом цену диктует не продавец, а покупатель. Общий случай монопсонии описывается Дж. Робинсон в своей работе «Экономика несовершенной конкуренции» (1933), в которой описал поведение в условиях монопсонии следующих кривых: кривой предельных издержек производства для отрасли, в то же время кривой предельных издержек приобретения продукции с точки зрения монопсониста; кривой средних издержек для отрасли; кривой спроса в условиях конкуренции. Монопсонист будет покупать столько продукции, что ее предельная полезность (или цена спроса в условиях конкуренции) будет равняться предельным издержкам приобретения этой продукции: цена, по которой он будет платить, составит цену предложения этой продукции, и эта цена будет ниже,

чем цена для условия конкуренции.

МОНОТОННОСТЬ (от гр. *monos* – единственный + лат. *tono* – греметь) – что-либо без перемен, разнообразия.

МОНОТОННОСТЬ ТРУДА – характеристика некоторых видов труда; обусловлена либо многократной повторяемостью поступающих при работе внешних раздражений, либо ограниченным числом самих раздражений (или движений).

МОРАЛЬНЫЙ РИСК (англ. *moral hazard*) – поведение индивида, намеренно увеличивающего риск причинения ущерба, зная, что убытки будут возмещены страховой компанией. Так, владелец дома поджигает здание в расчете получить страховку, а богатый хозяин инсценирует кражу драгоценностей. Некоторые западные специалисты в области страхования проводят различия между М. р. и нравственным риском. Под М. р. они понимают нечестное поведение клиента, под нравственным риском – халатность клиента. Экономисты, как правило, объединяют оба эти типа в один. Страховые компании со своей стороны принимают все меры предосторожности, чтобы обезопасить себя от проявлений М. р.

МОРАТОРИЙ (от лат. *moratorius* – отсрочивающий; англ. *moratorium*) – 1) отсрочка платежей по долговым обязательствам на определенный срок либо до наступления соответствующего условия – официальный М., оформленный специальными актами государственной власти либо заклю-

ченный по обоюдному согласию сторон (двусторонний или многосторонний М.); 2) прекращение долговых платежей, не оговоренное сроком, – фактический М, официально не объявленный (обычно односторонний). Причины объявления М. – финансовые трудности должников (для предупреждения их полного банкротства), экономические или политические потрясения: кризисы, войны и т. п. Действие М. распространяется на платежи по внутреннему или внешнему долгу. Внешний М. может затрагивать как государственные, так и частные внешние долги и диктоваться не только затруднительным положением частных заемщиков, но и нехваткой иностранной валюты у государства. М. бывает всеобщим, распространяющимся на все виды долговых обязательств, или частичным, относящимся только к обязательствам определенного вида. Так, он может относиться ко всем платежам, связанным с обслуживанием внешнего долга, или только к платежам по основному долгу с продолжением выплат текущих процентов.

МОРТИФИКАЦИЯ (англ. *mortification*) – объявление акций их владельцам недействительными (вследствие потери и т. п. причин).

МОТЕЛЬ (англ. *motel*) – гостиница для автотуристов с различными видами обслуживания.

МОТИВ (фр. *motif*) – побуждение к действию, в основе которого может быть интерес (вознаграждение, премия и т. п.), административное решение (приказ, распоряжение и т.

д.) или иная личностная причина (чувство долга, страха, ответственность, благородство, личные отношения и прочее). Меры по организации и обеспечению системы М. на предприятии формируют систему мотивации, субъектами которой являются руководители, специалисты фирм и компаний, профсоюзные и другие общественные организации.

МОТИВ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ – мотив хранения денег или полезного ресурса покупательной способности с тем, чтобы иметь в будущем возможность реализовать неожиданные потребности или воспользоваться преимуществом неожиданных возможностей.

МОТИВАЦИЯ – процесс побуждения, стимулирования кого-либо (отдельного человека или группы людей) к деятельности, направленной на достижение индивидуальных и общих целей организации. М. необходима для продуктивного выполнения принятых решений и намеченных работ.

МОТИВАЦИЯ ТРУДА – побуждение работника к трудовой деятельности путем воздействия на присущие ему мотивы труда. Различают три основных вида М. т.: материальную, моральную и административную (организационную) мотивацию. М. т. включает стимулирование (положительную мотивацию) и санкции (отрицательную мотивацию).

МОТИВ ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ (мотив обеспечения безопасности) (англ. *precautionary motive*) – мотив хранения денег как полезного ресурса покупательной способности, чтобы иметь в будущем возможность реализовать

неожиданные потребности или воспользоваться преимуществом неожиданных возможностей. Например, появляется непредвиденная возможность купить полезные вещи за относительно низкую цену при распродаже, вызванной ликвидацией предприятия. Такое обстоятельство Дж. М. Кейнс называл М. п. сохранения определенной доли активов в форме денег.

МОШЕННИЧЕСТВО – 1) преступление, заключающееся в завладении чужим имуществом или правом на него, а также в получении иных благ путем обмана или злоупотребления доверием; 2) преднамеренное искажение правды с тем, чтобы, используя ложную версию или обман или злоупотребляя доверием, завладеть ценным имуществом индивидуума или организации; 3) лишение индивидуума части его достояния путем обмана, заставив действовать во вред себе.

МОШЕННИЧЕСТВО ФИНАНСОВОЕ – совершение противоправных действий в сфере денежного обращения путем обмана, злоупотребления доверием и других манипуляций с целью незаконного обогащения. К распространенным видам финансового мошенничества относятся: перекачка безналичных денежных средств государственных и общественных организаций в наличные доходы; получение незаконных доходов от нарушений правил использования кредитов банка; извлечение незаконной прибыли от сокрытия фактических доходов и неуплаты налогов; извлечение

незаконной прибыли за счет пороков и фальсификации учетных и расчетных платежных документов; получение незаконных доходов за счет обмана и злоупотребления доверием при оценке и страховании имущества граждан, общественных и государственных организаций; получение незаконной прибыли от выплаты заниженных и взыскания завышенных процентов по операциям кредитования, страхования, сбережения денежных средств либо от финансовых сделок между гражданами.

МОЩНОСТЬ – 1) физическая величина, равная произведенной чем-либо работы в единицу времени; 2) во мн. ч. – производственные объекты.

МОЩНОСТЬ МОБИЛИЗАЦИОННАЯ – мощности, создаваемые на предприятиях по решению правительства, в обычных условиях находящиеся на консервации, и предназначенные для работы в условиях военного времени и чрезвычайных ситуациях.

МОЩНОСТЬ ПРОЕКТНАЯ – производственная мощность, предусмотренная утвержденным проектом введенного в эксплуатацию предприятия, цеха, агрегата, установки. В период освоения М. п. определяется с учетом нормативных сроков ее освоения.

МОЩНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ – максимально возможный выпуск продукции (за год, сутки, смену) или объем добычи и переработки сырья в номенклатуре и ассортименте, предусмотренных планом, при полном использова-

нии в соответствии с установленным режимом работы производственного оборудования и производственных площадей и с учетом мероприятий по внедрению передовой технологии производства и научной организации труда.

МОЩНЫЕ СТИМУЛЫ – получение всего остатка прибыли после выполнения заказа, совмещенное с бременем риска (полнотой ответственности) в процессе решения производственной задачи

МУЛЬТИЛАТЕРАЛИЗМ (от англ. *multilateral* – многосторонний) – организация международных отношений, основанных на механизмах многосторонних соглашений, позволяющих каждой стране пользоваться привилегиями в отношениях со всеми партнерами.

МУЛЬТИПАК (англ. *multipack*) – контейнерная упаковка, содержащая несколько единиц индивидуально упакованного товара.

МУЛЬТИПЛИКАТОР (от лат. *multi-plicator* – умножающий) – коэффициент, характеризующий соотношение между агрегатной величиной и ее структурной составной частью. Численное значение М. не может быть меньше единицы. Понятие «М.» введено Дж. М. Кейнсом для характеристики соотношения между конечным продуктом (национальным доходом) и входящими в его состав капитальными вложениями.

МУЛЬТИПЛИКАТОР ДЕНЕЖНЫЙ – показатель, характеризующий возможности экономики в целом, и бан-

ковской системы в частности, увеличивать денежную массу в обороте. В основе действия М. д. лежит процесс обязательного резервирования части средств, получаемых коммерческими банками в виде депозитов, на специальных счетах в Центральном банке. Этот мультипликатор иногда называют также мультипликатором депозитов или кредитным мультипликатором; равен единице, деленной на обязательную норму резерва.

МУЛЬТИПЛИКАТОР ДЕПОЗИТНЫЙ – повышенное воздействие небольшого изменения в банковских депозитах на денежную массу и объем кредитования через многократное использование одних и тех же денег в банковской системе и на кредитных рынках.

МУЛЬТИПЛИКАТОР ДИНАМИЧЕСКИЙ – мультипликатор, учитывающий в своем действии фактор времени, то есть тот факт, что происходит постепенное увеличение расходов в ответ на рост доходов. Так, например, считается, что мультипликатор достигает своей полной величины через 6–10 месяцев, поскольку население не сразу откликнется ростом расходов на увеличение дохода. Считается также, что мультипликатор исчерпывает свою силу через некоторый период. Через два года его значение начинает понижаться вследствие эффекта вытеснения инвестиций возрастающей ставкой процента.

МУЛЬТИПЛИКАТОР ЗАТРАТ (англ. *expenditure multiplier*) – отношение изменения уровня нового равнове-

сия национального дохода к изменению автоматных затрат, его вызвавших. Величина $M. з.$ зависит от угла наклона к оси абсцисс графика функции плановых затрат и соответственно от установленных ранее закономерностей – предельной склонности к потреблению и предельной налоговой ставки. Чем больше угол наклона графика плановых затрат, тем больше абсолютная величина $M. з.$

МУЛЬТИПЛИКАТОР ИНВЕСТИЦИОННЫЙ – воздействие капиталовложений на суммарный доход (небольшие инвестиции через эффект мультипликатора могут оказать воздействие на всю экономику, так как последовательно затрагивают различные отрасли).

МУЛЬТИПЛИКАТОР НАЛОГОВЫЙ – частное от деления изменения в реальном национальном доходе на изменение в налогах. Этот мультипликатор имеет отрицательный знак.

МУЛЬТИПЛИКАТОР СТАТИЧЕСКИЙ – коэффициент, характеризующий воздействие прироста капитальных вложений на динамику национального дохода. Это влияние, по Дж. Кейнсу, мгновенно, то есть статично, ибо оно взято без учета фактора времени; иначе модель и мультипликатор становятся динамичными.

МУНИФЭКТС – частная система передачи информации о текущем положении на рынке облигаций, исходящей из Нью-Йоркского офиса фирмы «Бонд Байер» для подписчиков на облигации.

МУНИЦИПАЛИЗАЦИЯ (нем. *Munizipalization* от лат. *municipium* – самоуправляющаяся община) – передача собственности частных лиц (безвозмездно или за выкуп) органам местного самоуправления (муниципалитетам).

МУНИЦИПАЛИЗАЦИЯ ЗЕМЛИ – передача земли (безвозмездно или за выкуп) органам местного самоуправления (муниципалитетам).

МУНИЦИПАЛИТЕТ (нем. *Munizipalitat* от лат. *municipium* – самоуправляющаяся община) – выборный орган в системе местного самоуправления ряда зарубежных государств. Для выполнения своих функций М. вправе принимать обязательные решения, вводить местные налоги, иметь в собственности определенное законом имущество (так называемая муниципальная собственность).

МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБЛИГАЦИИ (англ. *municipal bonds*) – облигации, выпущенные штатом или местным органом власти. Доход по М. о. не облагается федеральным подоходным налогом. М. о. включают в себя ценные бумаги, выпущенные штатами, округами, городами, школьными районами и органами управления платными автодорогами. В США более чем 91 тыс. различных органов власти продают облигации для финансирования своих проектов – таких, как строительство школ и других общественных зданий, инфраструктуры и жилья. Рынок М. о. по своему размеру уступает только рынку ценных бумаг федерального правительства США. М. о., как правило, выпускаются номиналами не ме-

нее 5000 долл. По большинству из них выплачивается полу-годовой процент (по прилагаемым купонам). Раньше большинство М. о. имели значительные сроки погашения. В последние годы многие правительственные учреждения стали выпускать облигации с меньшими сроками, потому что инвесторы считали высокими и кредитный, и процентный риск М. о.

МЫШЛЕНИЕ ГРУППОВОЕ – тенденция отдельных личностей отказываться от своей собственной точки зрения по решению той или иной экономической проблемы, опираясь на мнение других работников. Такое поведение осуществляется с целью избежать принятия решения отдельной группы лиц и выработать демократическое решение.

МЭР (фр. *maire*, англ. *mayor* от лат. *major* – большой, старший) – глава муниципалитета в ряде стран (Англии, США, Франции). В современной отечественной практике термин стал применяться к главе городской исполнительной власти, как правило, в крупных городах.

МЭРДЖЕР (от англ. *merger* – слияние) – поглощение одной фирмой другой, при котором последняя теряет статус корпорации. Новая компания при этом не возникает. Осуществляется тремя формами: 1) компания, осуществляющая М., покупает основные фонды другой компании; 2) компания, осуществляющая М., покупает долю акционерного капитала другой компании и становится для нее холдинговой компанией; 3) акции компании, осуществляющей М., выпус-

каются взамен акций другой компании.

МЭТЧИНГ (англ. *matching*) – 1) метод нейтрализации ценового риска, заключающийся в сбалансировании активов и пассивов по суммам и срокам; 2) ежедневная сверка всех покупок и продаж на срочной бирже и получение подтверждения продавцов и покупателей по ценам и числу контрактов в каждой сделке.

МЯГКАЯ ВАЛЮТА (англ. *soft currency*) – национальная валюта страны со слабым платежным балансом, пользующаяся относительно невысоким спросом.

МЯГКАЯ ПРОДАЖА (англ. *soft sell*) – использование ненавязчивых методов продажи товаров в отличие от тех методов, которые характерны для «жесткой продажи» (*hard sell*). Осторожное привлечение покупателей, а не громкие заявления и безжалостное повторение торговых лозунгов формирует основу «мягкой» продажи.

МЯГКИЕ ТОВАРЫ (англ. *soft commodities (softs)*) – товары, отличные от металлов, торговля которыми ведется на лондонских фьючерсных рынках. К этой группе товаров относят какао, кофе, зерно, картофель и сахар.

Н

НАБЕГ НА БАНК – массовое изъятие вкладчиками депозитов из банка в связи с сомнениями в его финансовом положении или другими событиями (слухами о повышении цен или о денежной реформе, политической нестабильности).

НАБОР БЕЗРАЗЛИЧИЯ – набор вариантов потребительского выбора, каждый из которых обладает одинаковой полезностью, поэтому ни один из вариантов, составляющих этот набор, не имеет предпочтения перед другими.

НАБЛЮДАТЕЛЬ ЗА АКУЛАМИ (англ. *shark watcher*) – консалтинговая фирма, специализирующаяся на предупреждении попыток поглощения, а также на анализе торговли акциями компании-клиента, сборе голосов акционеров в поддержку нужных решений.

НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ – орган, контролирующий правление акционерного общества. Н. с. может состоять только из физических лиц, чем подчеркивается значение личной ответственности членов. Запрещается избрание в совет членов правления общества. Члены Н. с. избираются на общем собрании акционеров. Н. с. имеет право назначать или отзывать членов правления, проверять наличие товарных ценностей, созывать общее собрание акционеров. Устав общества может предусмотреть виды операций, для совершения которых правление должно получить согласие Н. с.

НАБЛЮДЕНИЕ (англ. *observational research*) – метод сбора первичной информации посредством изучения поведения выбранных групп потребителей, их действий в определенных ситуациях, например, за поведением покупателей в магазине. Н. – а) изучение, исследование; б) надзор за чем-либо; в) слежение, обследование.

НАБЛЮДЕНИЕ ЗА СТРОИТЕЛЬСТВОМ – надзор за правильностью выполнения конкретных обязательств, выяснение их соответствия проекту, строительным нормам и правилам.

НАБЛЮДЕНИЕ КОНТРОЛЬНОЕ – статистическое наблюдение, проводимое в целях проверки уже проведенного наблюдения. Оно бывает не сплошным, а выборочным или монографическим.

НАБЛЮДЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОЕ – систематический сбор информации о массовых общественных явлениях (например, отчетность, переписи) по заранее определенной программе; может быть сплошным или выборочным. Осуществляется путем повседневной записи явлений (текущая регистрация) или путем периодических обследований.

НАБОР АССОРТИМЕНТНЫЙ – набор различных товаров и разновидностей, сгруппированных по определенным признакам.

НАБОР КАДРОВ – заключается в создании резерва кандидатов на рабочие места за счет внешних и внутренних источников. Внешние источники: обращение к агентствам

по трудоустройству, приглашение населения и т. д. Внутренние источники: набор кандидатов внутри своей организации.

НАБОРЫ БЕЗРАЗЛИЧИЯ – варианты потребительского выбора, каждый из которых равноценен. Редкая ситуация, при которой каждый из наборов товаров обладает для определенного потребителя одинаковой полезностью.

НАВИГАЦИЯ (от лат. *navigatio* – мореплавание) – 1) наука о способах выбора пути и методах вождения судов, летательных и космических аппаратов. Задачи навигации: нахождение оптимального маршрута (траектории), определение местоположения, направления и значения скорости и других параметров движения объекта. В навигации используются астрономические, радиотехнические и другие методы; 2) период, когда по местным климатическим условиям возможно судоходство.

НАВЫК – умение выполнять целенаправленные действия, доведенное до автоматизма в результате сознательного, многократного повторения одним и тем же движением или решениями типовых задач в производственной или учебной деятельности.

НАВЫКИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ – умение целенаправленно реализовать свои знания, талант, личные и профессиональные качества в практической деятельности. Навыки, которыми должен обладать социальный работник, зарегистрированы в государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования, квалифи-

кационной характеристике специалиста по социальной работе, который должен уметь: слушать клиентов и других людей целенаправленно и с пониманием; собирать информацию для подготовки социальной истории, оценки и отчетов; формировать и поддерживать профессиональные отношения, направленные на оказание социальной помощи; наблюдать и интерпретировать вербальное и не вербальное поведение, используя диагностические методики; направлять усилия клиентов на разрешение их проблем и завоевывать доверие клиентов; обсуждать деликатные проблемы с пониманием и поддержкой; находить творческое решение проблем клиента; определять необходимость прекращения предоставления социальных услуг клиенту; проводить исследования по проблемам социального обслуживания и интерпретировать их результаты; быть посредником между конфликтующими сторонами; обеспечивать связь между различными организациями, которые позволяют разрешить проблемы клиента; сообщать государственным, муниципальным, частным и общественным организациям информацию о социальных потребностях и нуждах населения, проблемах социального обслуживания; отстаивать интересы клиента в судебных органах, государственных и общественных комиссиях по делам семьи, женщин и детей; уметь просто и грамотно излагать свои мысли в устной речи и письменном виде; рационально организовывать свою работу; готовить предложения по формированию и развитию социаль-

ной политики, развитию социального обслуживания населения территорий, постоянно повышать свою квалификацию и профессиональное мастерство.

НАВЯЗЫВАНИЕ – принуждение к чему-либо, назойливое предложение чего-либо.

НАВЯЗЫВАНИЕ ТОВАРА – использование сбытовых методов, подчеркивающих предполагаемые достоинства продукта, повторение его названия, попытки навязать его потребителю грубыми насильственными методами.

НАГРАДА – форма поощрения, связанная с предоставлением лицу или коллективу каких-либо материальных или социальных средств, выражающих признание достижений, заслуг, положительную оценку результатов деятельности награждаемого лица перед обществом.

НАГРУЗКА – 1) возложенная работа, обязанность; 2) нагруженный, погруженный груз; 3) товар, обязательно продаваемый с каким-либо другим.

НАГРУЗКА НАЛОГОВАЯ СОВОКУПНАЯ – расчетный суммарный объем денежных средств, подлежащих уплате в виде ввозных таможенных пошлин (за исключением особых видов пошлин, вызванных применением мер по защите экономических интересов РФ при осуществлении внешней торговли товарами в соответствии с законодательством РФ), федеральных налогов (за исключением акцизов, налога на добавленную стоимость на товары, производимые на территории РФ) и взносов в государственные внебюджетные фон-

ды (за исключением взносов в Пенсионный фонд РФ) инвестором, осуществляющим инвестиционный проект, на день начала финансирования инвестиционного проекта.

НАГРУЗКА НАЛОГОВАЯ СОВОКУПНАЯ НА ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ – расчетный суммарный объем денежных средств, подлежащих уплате в виде ввозных таможенных пошлин (за исключением таможенных пошлин, вызванных применением мер по защите экономических интересов РФ при осуществлении внешней торговли товарами в соответствии с законодательством РФ), федеральных налогов (за исключением акцизов, налога на добавленную стоимость на товары, производимые на территории РФ) и взносов в государственные внебюджетные фонды (за исключением взносов в Пенсионный фонд РФ) иностранным инвестором и коммерческой организацией с иностранными инвестициями, осуществляющими инвестиционный проект за счет иностранных инвестиций, на момент начала финансирования инвестиционного проекта.

НАДБАВКА (англ. *increase*) – дополнительная плата за изготовление изделий (товаров) с определенными требованиями (тропическое исполнение, экспортное исполнение, изготовление оборудования в сжатые сроки и т. д.).

НАДБАВКА ЗА ПАКЕТ АКЦИЙ – надбавка к курсу акций, получаемая продавцом пакета (определенного количества) акций за приращение у покупателя власти в корпорации.

**НАДБАВКА ЗА РАБОТУ В СЛОЖНЫХ УСЛОВИ-
ЯХ** – доплаты тем рабочим, которые трудятся в неблагоприятных условиях. Во всех отраслях, кроме угольной, металлургии и химии, где условия труда учтены непосредственно в тарифах, вместо повышенных ставок вводятся соответствующие доплаты.

НАДБАВКА К ТАМОЖЕННОЙ ПОШЛИНЕ – применяется обычно в экономических целях, иногда в фискальных и политических.

НАДБАВКИ К ГОСУДАРСТВЕННЫМ НАЛОГАМ – дополнительные суммы налогов, поступающие в местные бюджеты; устанавливаются в определенной доле к государственным налогам.

НАДБАВКИ К ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЕ – денежные выплаты сверх зарплаты, которые имеют своей целью стимулировать работников к повышению квалификации, профессионального мастерства, а также к длительному выполнению трудовых обязанностей в определенной местности или в определенной сфере деятельности (неблагоприятные климатические условия, вредность производства и т. д.).

НАДБАВКА РИСКОВАЯ – один из методов обеспечения финансовой устойчивости результатов страховых операций путем включения в страховые тарифы соответствующей дополнительной части.

НАДБАВКА ТОРГОВАЯ – 1) наценка к отпускной цене (цене приобретения) товара; 2) составная часть розничной

цены товара, остающаяся в распоряжении торговых, заготовительно-сбытовых организаций и предприятий для возмещения издержек обращения и образования их прибыли. Н. т., как правило, дифференцированы по отдельным товарам, товарным группам, географическим районам, а также по торговым системам, что связано с различием в уровне издержек обращения и необходимостью обеспечить нормальную рентабельность этих предприятий. Н. т. устанавливается в процентах к цене приобретения товара. Определяется самостоятельно продавцом, исходя из конъюнктуры рынка. Включаются транспортные и другие расходы предприятия, оптовые надбавки и НДС. В бухгалтерском учете используется счет «Торговая наценка».

НАДБАВКИ К ЦЕНАМ – доплаты к оптовым и розничным ценам, производимые потребителями продукции (товаров) сверх предусмотренной прейскурантом основной цены. Существуют следующие виды надбавок к оптовым ценам: за отклонение отдельных показателей качества от нормальных под воздействием природных факторов или других объективных условий производства, за степень заводской готовности, отделку изделий и поощрительные надбавки. Поощрительные надбавки устанавливаются для стимулирования производства новой высокоэффективной продукции производственно-технического назначения, соответствующей высшей категории качества.

НАДЕЖНОСТЬ – в управлении это свойство систем вы-

полнять возложенные на них функции в течение заданного промежутка времени при определенных условиях эксплуатации. Н. системы определяется часто надежностью ее наименее надежного звена. В связи с этим для повышения Н. систем управления производством большое значение имеет выявление узких мест в аппарате управления, а также разработка мер по их устранению. Общими для разных систем мерами обеспечения требуемой Н. является резервирование недостаточно надежных элементов, дублирование, функциональная избыточность.

НАДЕЖНОСТЬ АКЦИИ – неподверженность акций различным рискам, определяется положением дел в акционерном обществе, его финансовым состоянием и перспективами его изменения. Уверенность в том, что предприятию ни при каких обстоятельствах не угрожает банкротство, повышает ценность акций в глазах их покупателей, инвесторов. Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать в средствах массовой информации годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

НАДЕЖНОСТЬ БАНКА – способность банка к выполнению взятых на себя обязательств. Рассчитывается как интегральный показатель, характеризующий совокупное состояние ликвидности, кредитоспособности и платежеспособности банка. Аналитически определяется в виде суммы ряда частных показателей, взятых с различными весовыми коэффициентами, определяющими степень влияния конкретного

фактора на надежность банка.

НАДЕЖНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ (англ. *production system reliability*; нем. *Sicherheit der Produktion*) – свойство системы сохранять во времени способность к выпуску продукции в рамках установленных стандартом пределов значений всех ее параметров. Качественные признаки надежности подразделяются на: а) единичные (безотказность, долговечность, сохраняемость, ремонтпригодность) и б) комплексные – способность системы достигать поставленной цели. Классификация отказов системы может послужить основой при оценке надежности производственной системы. Н. п. с. зависит от числа элементов, входящих в систему; от надежности этих элементов и организационной структуры соединения элементов. Пути повышения Н. п. с.: повышение технического ресурса каждого из элементов системы, резервирование; прогнозирующий и диагностический контроль; техническое обслуживание; ремонт. Варианты резервирования: структурное (использование избыточных элементов структуры), временное (использование избыточного времени).

НАДЕЖНОСТЬ СНАБЖЕНИЯ – гарантированность обеспечения потребителя нужными ему материальными ресурсами в течение заданного промежутка времени, вне зависимости от могущих возникнуть недопоставок, нарушений сроков доставки и т. п. Задача расчета надежности снабжения решается с применением методов теории вероятности,

теории надежности, теории массового обслуживания и др.

НАДЕЖНОСТЬ ТЕХНИКИ – один из важнейших показателей качества продукции (данного вида техники, изделия или его составных частей). Это способность безотказно выполнять заданные функции в конкретных условиях эксплуатации в течение определенного периода времени.

НАДЕЛ ЗЕМЕЛЬНЫЙ – земельный участок, которым наделен его владелец кем-либо бесплатно или за определенную земельную ренту в денежной или натуральной форме.

НАДЗОР – 1) орган по наблюдению за чем-либо; 2) наблюдение с целью проверки, разновидность контроля: а) судебный Н. – процессуальная деятельность судов по проверке законности и обоснованности приговоров, решений, определений и постановлений судов; б) прокурорский Н. – заключается в осуществлении генеральным прокурором и подчиненными ему прокурорами высшего Н. за точным и единообразным исполнением законов; в) административный Н. – надзор за лицами, освобожденными из мест лишения свободы; г) авторский Н. – осуществляется проектной организацией (автором проекта), разрабатывающей проектную документацию для создания объектов; ведется за качеством работ, соблюдением технических решений, соответствием работ проекту; д) технический Н. – осуществляется заказчиком, например, в строительстве заказчик осуществляет его совместно с инспекцией госархстройконтроля; представители технического Н. принимают от проектной организации

документацию на объект, оценивают качество выполненных работ, конструктивных элементов; е) государственный (инспекционный) Н. – ведется специальными органами; органы государственного архитектурно-строительного контроля (инспекция госархстрой-контроля) выдают разрешение на строительство, Контролируют качество строительных работ, руководят работой госкомиссий по приемке в эксплуатацию законченных объектов. Государственный Н. за стандартами осуществляется в целях проведения единой технической политики в области стандартизации и метрологии.

НАДЗОР АВТОРСКИЙ – контроль автора проекта на протяжении всего периода строительства и приемки в эксплуатацию объекта в целях обеспечения соответствия инженерно-технических решений и технико-экономических показателей введенного в эксплуатацию объекта показателям и решениям, предусмотренным проектом.

НАДЗОР АДМИНИСТРАТИВНЫЙ – деятельность органов государственного управления по контролю за соблюдением организациями, должностными лицами и гражданами установленных государством правил в отдельных областях управления.

НАДЗОР БАНКОВСКИЙ – 1) контроль за деятельностью банков со стороны центральных банков. Банк России является органом банковского регулирования и надзора за деятельностью кредитных организаций. Он осуществляет постоянный надзор за соблюдением кредитными орга-

низациями банковского законодательства, нормативных актов Банка России, в частности, установленных им обязательных нормативов. Главная цель банковского регулирования и надзора – поддержание стабильности банковской системы, защита интересов вкладчиков и кредиторов. Для осуществления своих надзорных функций Банк России имеет право запрашивать и получать у кредитных организаций необходимую информацию об их деятельности, требовать разъяснений по полученной информации. Банк России устанавливает обязательные для кредитных организаций правила проведения банковских операций, ведения бухгалтерского учета, составления и представления бухгалтерской и статистической отчетности. Банк России также вправе в соответствии с федеральными законами предъявлять квалификационные требования к руководителям исполнительных органов, а также к главному бухгалтеру кредитной организации. Банк России регистрирует кредитные организации в Книге государственной регистрации кредитных организаций, выдает кредитным организациям лицензии на осуществление банковских операций и отзывает их; 2) контроль соответствующей кредитной организации за расходованием банковского кредита дебитором.

НАДЗОР ЛИЦЕНЗИОННЫЙ – надзор за соблюдением лицензиатом лицензионных требований и условий, который осуществляется государственными надзорными и контрольными органами, лицензирующими органами в преде-

лах их компетенции в целях обеспечения соблюдения лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий.

НАДЗОР ПРОКУРОРСКИЙ – осуществляемый Генеральным прокурором страны и подчиненными ему прокурорами высший надзор за точным и единообразным исполнением законов всеми юридическими лицами, должностными лицами и гражданами, а также правоохранительными органами на всех стадиях их деятельности. Прокурор вправе: опротестовать акты, издаваемые различными юридическими лицами, если они противоречат закону; привлекать правонарушителей к уголовной ответственности, возбуждать производство об административном правонарушении; принимать меры к обеспечению возмещения материального ущерба, причиненного нарушением закона, и т. д.

НАДЗОР СТРАХОВОЙ – контроль за деятельностью страховых учреждений, осуществляемый государственными органами.

НАДОМНИКИ – лица, заключившие трудовой договор с предприятием о выполнении работы на дому личным трудом из материалов и с использованием орудий и средств труда, выделяемых предприятием, либо приобретаемых за счет средств этого предприятия. Задания могут выполняться с участием членов семьи Н. Преимущественное право на заключение договора о работе на дому предоставляется: жен-

щинам, имеющим детей в возрасте до 15 лет; инвалидам и пенсионерам; лицам с пониженной трудоспособностью, которым ВТЭК рекомендовал труд в домашних условиях; лицам, осуществляющим уход за инвалидами и др.

НАДПИСЬ – краткий текст, написанный на чем-либо.

НАДПИСЬ БЛАНКОВАЯ – способ оформления передачи права требования по ценной бумаге (векселю, чеку, коносаменту и т. д.) ее новому владельцу. При наличии бланковой надписи любой предъявитель ценной бумаги предполагается ее законным владельцем.

НАДПИСЬ ГУРТОВАЯ НА МОНЕТЕ – штампованная надпись на ободке монеты или медали.

НАДПИСЬ ИСПОЛНИТЕЛЬНАЯ – распоряжение нотариуса о взыскании с должника причитающейся взыскателю определенной суммы денег и какого-либо имущества, учиненное на подлинном долговом документе. Является принадлежностью англосаксонского хозяйственного права. Российское законодательство также предусматривает возможность Н. и.; для взыскания денежных сумм или истребования имущества от должника нотариус совершает исполнительные надписи на документах, устанавливающих задолженность. Перечень документов, по которым взыскание задолженности производится в бесспорном порядке на основании Н. и., устанавливается Правительством РФ. Н. и. совершается, если: а) представленные документы подтверждают бесспорность задолженности или иной ответственно-

сти должника перед взыскателем; б) со дня возникновения права на иск прошло не более трех лет. Если для требования, по которому выдается Н. и., законодательством РФ установлен иной срок давности, Н. и. выдается в пределах этого срока. Взыскание по Н. и. производится в порядке, установленном гражданским процессуальным законодательством РФ для исполнения судебных решений.

НАДПИСЬ ПЕРЕДАТОЧНАЯ – способ оформления передачи права требования по ценной бумаге ее новому владельцу путем нанесения соответствующей надписи на бланке ценной бумаги.

НАДУВАТЕЛЬСТВО – обман, недобросовестность в коммерческих операциях. Например, биржевой «надувала» способен при поручении от клиента осуществить покупку, заранее получив деньги, купить товар попозже и подешевле, дезинформируя покупателя о дате покупки и ее цене.

НАЕМ – 1) взятие на работу или во временное пользование за плату; 2) предоставление одной стороной (наймодателем) другой стороне (нанимателю) имущества во временное пользование за определенную плату. В России условия Н. определяются Гражданским Кодексом РФ, а также отдельными нормативными актами, в том числе правилами найма разных видов имущества. Срок договора имущественного Н. не должен превышать 10 лет, если же он заключен без указанного срока, то считается заключенным на неопределенный срок. Для отношений между организациями закон уста-

навликает менее продолжительные сроки действия договора – пять лет при найме строения или нежилого помещения, один год – при найме оборудования и иного имущества. Договор, в котором хотя бы одной стороной является организация, должен быть совершен письменно. Такое же требование предъявляется к договорам между гражданами, заключаемыми ими на срок более одного года.

НАЕМ ИМУЩЕСТВЕННЫЙ – договор, в силу которого одна сторона (наймодатель) обязуется предоставить другой стороне (нанимателю) имущество во временное пользование за плату; иногда именуется прокатом или арендой. Правом распоряжения имуществом наниматель, как правило, не обладает.

НАЕМНАЯ ПЛАТА – плата за наем, устанавливается на таком уровне, чтобы ее общая сумма была ниже цены, по которой можно купить данное оборудование на обычных коммерческих условиях. Н. п. рассчитывается с новой цены оборудования, включая налоги и таможенные пошлины (транспортные расходы обеспечивает наниматель), с учетом расходов на техническое обслуживание и ремонт оборудования. Ставка Н. п. должна обеспечивать наймодателю получение прибыли не ниже средней нормы на вложенный капитал, а для нанимателя стоимость найма должна быть меньше стоимости банковского кредита на приобретение данного оборудования. Формы Н. п. используются различные: либо устанавливается постоянная ставка на весь срок действия дого-

вора, либо прогрессивно понижающаяся ставка в зависимости от длительности срока договора. Периодичность внесения Н. п. зависит от срока договора найма и может быть еженедельной, ежемесячной, ежеквартальной, полугодовой, годовой. При найме, не требующем первоначального взноса, срок первого платежа обычно поступает после ввода оборудования в эксплуатацию, что дает возможность нанимателю расплачиваться текущей продукцией или путем отчисления части прибыли, получаемой от использования предмета найма (проката).

НАЕМ РУКОВОДИТЕЛЯ – назначение, избрание руководителя; является правом собственника имущества предприятия и реализуется им непосредственно, а также через уполномоченные им органы, которым делегированы права по управлению предприятием.

НАЕМНЫЙ РАБОТНИК – лицо, работающее по трудовому договору (контракту) на предприятии и в организации, независимо от их форм собственности и хозяйственно-правовых форм. Данный критерий (трудовой договор) отличает статус Н. р. от статуса граждан, занятых индивидуальной предпринимательской деятельностью, выполняющих работу по гражданско-правовым договорам, фермеров, членов кооперативов и семейных предприятий. Сторона, нанявшая работника и предоставившая ему рабочее место, выступает как работодатель, и их отношения образуют особую сферу государственного регулирования – сферу трудового права.

Кодекс законов о труде (КЗОТ) предусматривает права и обязанности сторон, включая заключение и расторжение трудового договора, начисление и выплату заработной платы, обязательное социальное страхование, режим рабочего времени и времени отдыха, нормирование и охрану труда, правила трудовой дисциплины, порядок разрешения трудовых споров. Все нормы трудового законодательства федерального уровня обязательны для соблюдения и действуют бессрочно, постоянно. В то же время индивидуальный трудовой контракт может иметь срочный характер и предусматривать дополнительные условия найма, не противоречащие федеральным законам.

НАЕМНЫЙ ТРУД – передача (продажа) работником своей рабочей силы во временное пользование собственнику средств производства в обмен на заработную плату. Соответственно проданный таким способом труд называют Н. т., рабочую силу – наемной рабочей силой, а работника – наемным работником. Наемный работник и предприниматель – партнеры, в одинаковой мере пользующиеся юридическими правами. Наем рабочей силы закрепляется в форме трудового договора (контракта) между работодателем и наемным работником; в договоре фиксируются взаимные права и обязанности сторон по соблюдению всех условий купли-продажи рабочей силы. В частности, по трудовому договору наемный работник обязуется трудиться по определенной профессии, квалификации, на определенном рабочем

месте и подчиняться режиму труда данной фирмы. Предприниматель, со своей стороны, обязуется выплачивать наемному работнику заработную плату в соответствии с выполняемой работой, обеспечивать условия труда, предусмотренные законодательством о труде, занятости и самим трудовым договором. Посреднические услуги при найме рабочей силы осуществляют биржи труда, службы занятости. Различают срочную и бессрочную системы найма рабочей силы. При бессрочной системе контракт между наемным работником и работодателем не заключается. При приеме на работу и при увольнении в трудовой книжке делается соответствующая запись. Чаще всего бессрочный наем рабочей силы используется при приеме на работу квалифицированных рабочих. При срочном найме рабочей силы определяется срок действия контракта, заключаемого работником и работодателем. Руководители предприятий предпочитают срочную форму найма рабочей силы, т. к. она предоставляет работодателю большую свободу в реализации политики в области занятости, зависящей от изменяющихся экономических и политических условий.

НАЗВАНИЕ – 1) словесное обозначение чего-либо; 2) отдельное издание.

НАЗВАНИЕ МАРОЧНОЕ – часть торговой марки, которую можно произнести.

НАЗВАНИЕ СУДНА – судно, подлежащее регистрации в Государственном судовом реестре или судовой книге,

должно иметь свое название. Название судну присваивается его собственником в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти в области транспорта по согласованию с федеральным органом исполнительной власти в области рыболовства и другими заинтересованными федеральными органами исполнительной власти. Название судна может быть изменено при переходе права собственности на судно или при наличии других достаточных на то оснований. Об изменении названия судна немедленно уведомляются залогодержатели зарегистрированных ипотек судна.

НАЗВАТЬ И СДЕЛАТЬ РЫНОК – объявление трейдером цены, по которой его фирма готова купить, и цены, по которой она готова продать. Такой рынок считается «твердым», и трейдер обязан торговать ценными бумагами по указанным ценам, если кто-то того потребует. Трейдер может сам так назвать рынок, чтобы не связывать себя обязательствами с другими структурами.

НАИМЕНОВАНИЕ МЕСТА ПРОИСХОЖДЕНИЯ – географическое наименование страны, района или местности, используемое для обозначения произведенного продукта, качество или характер которого связаны исключительно с данным географическим местом, включая природные и социальные факторы.

НАИМЕНОВАНИЕ ФИРМЕННОЕ – наименование юридического лица, осуществляющего хозяйственную деятельность. Н. ф. присваивается в целях его индивидуализа-

ции. Организация имеет право пользоваться своим Н. ф. при заключении сделок, указывать его на выставках, объявлениях, бланках, отчетах, упаковке и т. п. Н. ф. включает в себя: название юридического лица, указание на его специализацию (предмет деятельности), орган, которому оно подчинено (ведомственная принадлежность). Н. ф. подлежит юридической защите. Парижская конвенция по охране промышленной собственности предусматривает охрану Н. ф. во всех странах – участниках Конвенции, независимо от того, является ли Н. ф. частью товарного знака.

НАИМЕНЬШИЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ МАСШТАБ
– уровень выпуска продукции, начиная с которого прекращается действие эффекта экономии, обусловленной ростом масштабов производства.

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.