

הספרייה להגות דמוקרטית

תומס סואל

יסודות הכלכלה

מדריך לאזרח

מבוא עומר מואב
תרגום יצחק טישלר

הוצאת שלם, ירושלים התשס"ז

Thomas Sowell
Basic Economics:
A Citizen's Guide to the Economy

*Published with the assistance of the Office of Public Affairs,
Embassy of the United States, Tel Aviv*

עורכת סדרה: יעל חזוני
עורך מדעי: עומר שוורץ
עורכת לשון: הניה קולומבוס
הפקה: מרינה פיליפודי ורחל קביץ

© 2006

כל הזכויות של המהדורה העברית
שמורות למרכז שלם, רחוב הצפירה 22א, ירושלים
Copyright © 2004 by Thomas Sowell

עיצוב עטיפה: אריקה הלבני
זכויות יוצרים למטבעות שמורות לבנק ישראל

הפצה: מרכז שלם, רחוב הצפירה 22א, ירושלים
טל' 560-5500 (02), פקס 560-5511 (02)
דואר אלקטרוני: shalemorder@shalem.org.il

מסת"ב 965-7052-39-4 ISBN

דאנאקוד 496-1047

Printed in Israel

תוכן העניינים

ט	מבוא מאת עומר מואב
יז	הקדמת המחבר
1	פרק א מהי כלכלה?
חלק ראשון: מחירים ושווקים	
9	פרק ב תפקיד המחירים
26	פרק ג פיקוח על המחירים
51	פרק ד סקירה
חלק שני: תעשייה ומסחר	
77	פרק ה עלייתם ונפילתם של עסקים
95	פרק ו תפקיד הרווחים – וההפסדים
121	פרק ז העסקים הגדולים והממשלה
145	פרק ח סקירה
חלק שלישי: עבודה ושכר	
173	פרק ט פריון ושכר
195	פרק י שוקי עבודה בפיקוח
216	פרק יא סקירה

	חלק רביעי: זמן וסיכון	
235	פרק יב	השקעה וספקולציה
258	פרק יג	סיכונים וביטוח
280	פרק יד	סקירה
	חלק חמישי: המשק הלאומי	
299	פרק טו	תפוקה לאומית
314	פרק טז	כסף ומערכת הבנקאות
331	פרק יז	תפקיד הממשלה
360	פרק יח	סקירה
	חלק שישי: המשק הבינלאומי	
375	פרק יט	סחר בינלאומי
398	פרק כ	העברות הון בינלאומיות
420	פרק כא	סקירה
	חלק שביעי: בעיות כלכליות נבחרות	
435	פרק כב	ערכים 'לא-כלכליים'
450	פרק כג	מיתוסים הקשורים בשווקים
471	פרק כד	הרהורי פרידה
479		שאלות
489		מקורות
528		מפתח

מבוא

מאת עומר מואב

הנושאים החברתיים והכלכליים תופסים בשנים האחרונות מקום נכבד בשיח הציבורי בישראל. לצד סוגיות ביטחוניות ופוליטיות, שבישראל נמצאות באופן מסורתי במרכז הבמה, הפכו הצמיחה הכלכלית, העוני, האי־שוויון והמדיניות החברתית והכלכלית לנושאים המושכים תשומת לב גדלה והולכת מצד התקשורת, המערכת הפוליטית והציבור בכללותו. סביב הסוגיות הכלכליות והחברתיות מתקיים ויכוח נוקב בחברה הישראלית בין ימין לשמאל כלכלי. מהי מידת המעורבות הראויה של הממשלה במגזרי המשק השונים – אילו שירותים נוספים כדאי להפריט ואילו שירותים רצוי לשמור בידי הממשלה? עד כמה ראוי, אם בכלל, להגביל את כוחם של ארגוני העובדים, ומה מידת החקיקה הרצויה ביחסי העבודה במשק? מהי המידה הראויה של חלוקה מחדש של ההכנסה – מיסוי בעלי ההכנסות הגבוהות ומתן קצבאות לבעלי ההכנסות הנמוכות? ובאילו אמצעים יש לפעול לצמצום העוני – קצבאות, בתי ספר ציבוריים, שירותי בריאות ציבוריים, עבודה יזומה או מס הכנסה שלילי? לצד חילוקי דעות אידיאולוגיים והבדלי השקפות לגבי טבע ההתנהגות האנושית, מוצאים בוויכוח תכופות גם לא מעט בלבול, הנובע מאי־הבנה של המערכת הכלכלית. כאן נכנס לתמונה ספרו של סואל

שמבהיר, תוך התבססות על הסברים פשוטים, ללא גרפים ונוסחאות, כיצד פועל מנגנון השוק, ובפרט מהי חשיבותה של מערכת המחירים לתפקודם התקין של השווקים, ומהן ההשלכות של התערבות ממשלתית בשווקים, ובפרט במערכת המחירים.

לחסידי כלכלת השוק (השיטה הקפיטליסטית) הספר מספק מידע וכלים רבי ערך לדיונים על מדיניות כלכלית, אבל גם יכול לסייע בהבנת המגבלות של כוחות השוק. לתומכי הגישה הסוציאל-דמוקרטית, או באופן כללי, לאלו שחרטו על דגלם את ערכי השוויון, הערכות ההדדית וזכויות העובדים, הספר מציב אתגר אינטלקטואלי לא־מבוטל מחד גיסא, ומסייע להבנת המערכות הכלכליות ותורם בכך לגיבוש מדיניות יעילה להשגת המטרות האידיאולוגיות, מאידך גיסא. הסיוע לחלשים בחברה, והחתירה להגשמת יעדים חברתיים אלו ואחרים, הם דברים אפשריים וראויים, אבל תנאי להצלחתם הוא פעולה בהתאם לחוקי הכלכלה ולא נגדם.

גם אם יש נסים בעולם, מוטב לא לסמוך עליהם בגיבוש מדיניות כלכלית וחברתית, ועוד לפני ההתמקדות בהבדלים אידיאולוגיים רצוי להבין את חוקי הכלכלה הבסיסיים ולהכיר קצת מהניסיון הכלכלי המצטבר. לדוגמה, ניסיון לספק מים לתושבים המתגוררים בראש הר יכול לעורר ויכוחים ערכיים לגבי תפקיד החברה באספקת מים זורמים לכל אזרח במחיר שווה לכל נפש. ברם, ללא קשר לאידיאולוגיה, המלצה לחוקק חוק שעל פיו יזרמו המים במעלה ההר לא תועיל. במילים אחרות, ללא קשר לאידיאולוגיה, לא כדאי להתעלם מחוקי הפיזיקה כאשר עוסקים בהולכת מים. בדומה לזה, ללא קשר לתפיסת העולם, אי־אפשר לקיים דיון כלכלי רציני ללא הבנת חוקי הכלכלה.

מובן שהכלכלה, העוסקת בהתנהגותם של בני אדם, אינה מדע מדויק, ואי־אפשר לחזות בצורה מדויקת ומלאה את תוצאותיה של כל פעולה של הרשות המבצעת או המחוקקת. אף על פי כן, קיימים חוקים ועקרונות כלכליים בסיסיים אשר היכרות עמם חיונית לגיבוש מדיניות אחראית. הן אנשי הימין הכלכלי הדוגלים במעורבות מצומצמת של הממשלה במשק הן אנשי השמאל הכלכלי התומכים במעורבות רבה יותר של הממשלה בשווקים ובחלוקת ההכנסה מחדש בהיקף נרחב, ראוי שיכירו את החוקים הכלכליים שספק אם יש לאל ידה של הכנסת לבטל את תוקפם.

מבוא יא

העובדות ההיסטוריות מלמדות, למרבה האירוניה או הצער, שכוונות טובות השיגו לא פעם תוצאות הפוכות מהמקוות. ההיסטוריה מראה שממשלות רבות קיבלו החלטות שנועדו לסייע לחלשים בחברה אך התעלמו מחוקי הכלכלה, ובסופו של דבר לא הצליחו במשימה. סואל, לצד הסברים בהירים שאינם דורשים השכלה כלכלית פורמלית, מציג דוגמאות למכביה קברניטי הכלכלה הישראלית לדורותיהם נותנים בידינו דוגמאות נוספות, המראות כיצד התעלמות מחוקי הכלכלה אינה רק אווילית אלא גם גורמת לעוול.

לנוכח האינפלציה של ראשית שנות החמישים והעלייה ההמונית חפצה הממשלה להגן על שוכרי מבנים למגורים ולעסקים, ועשתה זאת בחוק ("חוק הגנת הדייר", 1954) שעיקרו קיבוע דמי השכירות לרמתם באותה העת וצעד משלים שאסר על בעלי הנכסים לממש את סיוע חוזה השכירות. משמעות החוק (שעדיין קיים למעט תיקונים מסוימים) היא החרמת רכושם של בעלי הבתים והעברתו לרשות הדיירים, שכן עליית המחירים במשך השנים שחקה את שכר הדירה הריאלי לסכומים אפסיים. אבל העוול שנגרם לבעלי הדירות אינו סוף הסיפור; החוק גם פגע באיכות חייהם של הדיירים בכך שעודד בעלי בתים למרר את חייהם ככל האפשר כדי שאלו ימכרו את זכותם לחיות בנכס ("דמי מפתח") ויעבירו שליש מסכום המכירה לבעל הנכס כדמי הסכמה. החוק כבל למעשה את הדיירים למגורים בנכס שברכות השנים לא תמיד התאים לצורכיהם, שכן הרוכש את הזכות להתגורר בדיוור מוגן מאבד שליש מהשקעתו אם הוא רוצה לעבור דירה. לחוק הגנת הדייר השלכות ארוכות טווח על מבנה שוק הדיור בישראל, וכפי הנראה הוא אחד הגורמים העיקריים למיעוט הבנייה להשכרה.

הגבלה ישירה של השינויים במערכת המחירים היא אולי הצורה הבולטת ביותר של התערבות ממשלתית בתהליכים כלכליים, אך אין היא היחידה – דרך נוספת ונפוצה למדיי היא מתן זיכיונות ורשיונות שונים. מדיניות הרישוי להפעלת מוניות בישראל היא דוגמה מובהקת לאופן שבו התעלמות מחוקי הכלכלה הביאה לתוצאות עגומות. כל אזרח ישראלי העומד בתנאים בסיסיים למדיי יכול לקבל רשיון נהיגה במונית. ברם, בדומה למצב ברוב המדינות המפותחות, גם בישראל רשיון הנהיגה במונית

מחירים

דומה שהמיתוסים הקשורים במחירים רבים כמו המחירים עצמם. למשל, רגילים לשמוע שאותו דבר נמכר במחירים שונים ביותר בידי מוכרים שונים. אולי קורה כך, אבל פעמים רבות אין זה באמת "אותו הדבר". מיתוסים אחרים טוענים שמוכרים "חמדנים" אחראים להעלאת המחירים או שחברות "דורסניות" הורסות את התחרות כשהן מוכרות את הסחורה במחיר נמוך מהעלות כדי שיריביהן יפשטו את הרגל והן עצמן תוכלנה להעלות אחר כך את המחירים לרמה מונופולית. אלו הן דוגמאות מעטות בלבד, אבל בחינתן המדוקדקת יכולה להראות באיזו קלות אפשר ליצור מיתוס סביר לכאורה, שיתקבל על דעתם של אנשים אינטליגנטיים בדרך כלל שלא טרחו לבחון את הטעון או את העדות.

'אותו' הדבר במחירים שונים

דברים זהים מבחינה פיזית נמכרים לפעמים במחירים שונים, בדרך כלל בגלל תנאים נלווים שונים בכירור. כאמור בפרק השישי, שני נוסעים במטוס היושבים זה בצד זה אולי שילמו תעריפים שונים ביותר מפני שהאחד קנה מקום מובטח ואילו האחר המתין ועלה על המטוס כשהתברר שהיה בו מקום פנוי. למעשה, הם קנו שתי הסתברויות שונות ביותר לעלות לאותו מטוס. רק במבט לאחור אפשר לומר שהם קיבלו אותו הדבר – אבל אנשים אינם פועלים במבט לאחור. בשעה שבה פעלו, הם קנו דברים שונים ביותר. בדומה לכך, מי שזכה במכונית בכרטיס הגרלה שעלה 20 דולר יכול לקבל מכונית שמישהו אחר שילם בעדה 20,000 דולר. אבל האחד קנה הסתברות נמוכה להשגת מכונית והאחר קנה דבר ודאי. ייתכן שהגיעה לידם לבסוף אותה מכונית, אבל הם לא קנו אותו הדבר.

סחורות הנמכרות בחנויות מעוצבות ומושכות שיש בהן צוות מטופח ונכון ומדיניות נוחה להחזרת הסחורה תעלינה מן הסתם יותר מסחורות זהות הנמכרות במחסן חשוף, שאין בו אפשרות להחזרת הסחורה. כרטיסי ברכה לחג המולד אפשר לקנות בדרך כלל ב־26 בדצמבר במחירים

נמוכים בהרבה מאלה שנדרשו ב־24 בדצמבר אף על פי שכרטיסי הברכה זהים להלכה לאלו שהיו מבוקשים מאוד לפני חג המולד.

מגזין צרכנות בצפון קליפורניה השווה את ההוצאה הכוללת על רכישת סל של מצרכי מזון זהים מאותם מותגים בחנויות שונות באזור. מחירי הסל נעו בין 80 דולר בחנות הפחות יקרה ל־125 דולר בחנות היקרה ביותר. ההוצאה נעה בין 98 דולר ל־103 דולר אפילו בשלושה מרכולים שונים של סייפויי.

אחת הסיבות להפרישי המחירים הייתה ההבדל במחירי הקרקע בקהילות שונות – החנות שמחיריה היו הנמוכים ביותר נמצאה בפרמונט היקרה פחות וזו שמחיריה היו הגבוהים ביותר נמצאה בסן פרנציסקו, אשר עומדת בראש רשימת הערים בעלות הקרקע היקרה באזור. מחירי הקרקעות שעליהן ניצבו החנויות היו שונים, והיה צורך לממן את עלות הקרקע במחירים שנדרשו מהלקוחות.

סיבה אחרת היא עלות המלאי. במלאי החנות הזולה ביותר היו במועד מסוים רק 49 אחוזים מהפריטים, ואילו בכל שלוש החנויות של סייפויי היו במלאי יותר משלושה רבעים מן הפריטים. במילים אחרות, בחירה בחנויות שונות הייתה כרוכה בסיכוי שונה למצוא את המבוקש. הדבר דומה להבדל בין קניית מושב שמור במטוס ובין המתנה למקום פנוי. הבדלי מחירים שיקפו הבדלי מצאי, כלומר הבדלי עלויות בהחזקת המלאי, אף שהמצרכים המסוימים היו זהים להלכה. משמעות ההבדלים הללו הייתה גם הבדל עלויות הנמדדות בזמן שהצרכן היה צריך להקדיש להליכה מחנות לחנות כדי למצוא את כל הפריטים שנכללו ברשימת המכולת שלו.

שגיאות או חישובים מוטעים עלולים לגרום לפעמים למכירת אותו הדבר באופן זמני במחירים שונים, אף שהתנאים דומים. אבל בדרך כלל הופכת התחרות את האפשרות הזאת לתופעה חולפת. כשהלקוחות פונים לאתר שהמחירים בו נמוכים יותר אין ברירה לאלה שמחיריהם גבוהים יותר אלא להוריד את המחירים, אם אין הם מציעים יתרונות מפצים יחד עם המוצר. כאשר קיימים דרך קבע הבדלי מחיר לדברים זהים באמת, המוכר במחירים הגבוהים יותר יאלץ לפרוש לבסוף מהעסק בגלל העדר לקוחות.

תמחור 'דורסני'

אחד המיתוסים הפופולריים שנעשה חלק ממסורת חוקי האנטי־טראסט הוא התמחור ה"דורסני". לפי תיאוריה זו, חברה גדולה הרוצה לחסל את מתחריה הקטנים יותר ולזכות בחלקיהם בשוק תוריד את מחיריה לרמה הגזרות על המתחרה הפסדים שאין הוא יכול לעמוד בהם ותאלץ אותו לפרוש מן העסק. ואז, לאחר שתזכה במעמד מונופולי, תעלה החברה את מחיריה – לא רק לרמה הקודמת אלא לרמה חדשה וגבוהה יותר התואמת את מעמדה המונופולי החדש. בדרך זו היא תכסה את הפסדיה ותינהגה מכאן ואילך מרווחים גבוהים מן הרגיל, על חשבון הצרכנים.

אחד הדברים הבולטים בתיאוריה זו הוא שהדוגלים בה ממעטים להציג דוגמאות מוחשיות לקיומה בפועל. ואולי ראוי לציין עוד יותר שאין הם נדרשים לעשות זאת, אפילו בבית המשפט, בתביעות נגד הטראסטים.

גם רשת המכולת A&P בשנות הארבעים וגם מיקרוסופט בשנות התשעים של המאה העשרים הואשמו בנקיטת נהלים כאלה כאשר הוגשו נגדן תביעות כמונופולים, אבל לא הובאה אף דוגמה להשלמת התהליך הזה. המחירים הנמוכים השוטפים (בפרשת A&P) או הכללת הדפדפן בחינם בתוכנת חלונות (בפרשת מיקרוסופט) הוסברו כצעדים המכוונים לאותה מטרה – אבל היא לא הושגה בפועל. מאחר שאי־אפשר להוכיח דבר שלא קרה, החברה המואשמת אינה יכולה להפריך את הטענה שהיא חתרה למטרה זו. השאלה תלויה אז בנכונות הדנים בתביעה להאמין לה. אבל אין מדובר כאן רק בתיאוריה ללא עדות. זוהי תיאוריה שאין לה כמעט ולא כלום עם ההיגיון הכלכלי.

חברה המתמידה בהפסדים ומוכרת במחירים הנמוכים ממחירי העלות כדי לסלק מתחרה נוקטת אסטרטגיה מסוכנת מאוד. הדבר היחיד שתוכל להיות בטוחה בו הוא הפסד הכסף בראשית הדרך. ספק רב אם תעשה אי פעם רווחי יותר שתודות להם ישתלם ההימור בסופו של דבר. ספק גדול עוד יותר אם תוכל לעשות זאת ולהתחמק מחוקי האנטי־טראסט – חוקים העשויים לגרור קנסות של מיליוני דולרים או להביא לפירוק החברה. אבל אפילו אם המתיימר "לדרוס" יצליח להתגבר בדרך כלשהי

על בעיות אלו, אין זה ברור כלל שסילוק כל המתחרים הקיימים יביא לחיסול התחרות.

גם אם חברה עסקית מסוימת נדחקה לפשיטת רגל, ציודה וכישורי האנשים שקיימו אותה בעבר אינם מתנדפים באוויר. יזם חדש יכול לבוא ולרכוש אותם – אולי במחירי שפל לציוד וגם לעובדים המובטלים. בדרך זו יישא המתחרה החדש בעלויות נמוכות מן הישן ויהיה, משום כך, יריב מסוכן יותר.

נמחיש את הדבר שעשוי לקרות: העיתון ושינגטון פוסט פשט את הרגל בשנת 1933, אף שלא בגלל תמחור "דורסני". מכל מקום, פשיטת הרגל לא הביאה להיעלמות מכבשי הדפוס, הבניין או הכתבים. כולם נרכשו בידי המוציא לאור יוג'ין מאייר, במחיר שהיה פחות מחמישית מזה שהוא עצמו הציע ללא הצלחה בעד העיתון הזה ארבע שנים בלבד קודם לכן. בעשורים הבאים, בידי אותה בעלות והנהלה, גדל הושינגטון פוסט ונעשה העיתון הגדול ביותר בבירת הארץ. מתחריו נעלמו בזה אחר זה, ובשנת 1978 הוא היה העיתון החשוב היחיד בעיר. מבחינת התפוצה, בתחילת המאה העשרים ואחת הושינגטון פוסט הוא אחד מחמשת העיתונים הגדולים בארץ.

פשיטת רגל יכולה לחסל בעלים ומנהלים מסוימים, אבל אין היא מחסלת את התחרות מצד אנשים חדשים, המסוגלים להשתלט על מפעל פושט רגל או לפתוח עסק חדש משלהם באותו ענף. חיסול מתחרה מסוים בלי לחסל את התחרות עלול להיות מבצע יקר, שאינו מביטח סיכוי גדול לפצות על ההפסדים באמצעות רווחים מונופוליים בעתיד.

מותגים

רבים חושבים שמותג הוא אמצעי לדרישת מחיר גבוה יותר בעד אותו מוצר באמצעות פרסומת המשכנעת את הציבור בקיומו של הבדל איכות, שאינו קיים למעשה. במילים אחרות, מותגים נחשבים חסרי תועלת מבחינת האינטרס של הצרכן. ראש ממשלת הודו, נְהְרוּ, שאל פעם "לשם מה דרושים לנו תשעה-עשר מותגים של משחת שיניים?"

למעשה, המותגים משרתים כמה מטרות מנקודת ראותו של הצרכן. מותג הוא דרך לחסוך בצבירת ידע שבצמצום ולאליץ את היצרנים להתחרות באיכות ובמחיר.

כשאתה נוהג לעיר שמעולם לא היית בה ורוצה לקנות דלק למכוניתך או לאכול המבורגר, אין לך דרך ישירה לדעת מה מכניס לבנוין אדם זר בתחנת הדלק או מהו ההמבורגר שמטגן לך אדם זר אחר בדוכן ליד דרך שמעולם לא נסעת בה. אבל אם השלט בתחנת הדלק מורה שִׁבְרוֹן ועל שלט המסעדה כתוב מקדונלדס אינך מוטרד עוד. במקרה הגרוע ביותר, אם יקרה משהו נורא, תוכל לתבוע חברה המגלגלת מיליונים רבים של דולרים. אתה יודע זאת, החברה יודעת זאת והמוכר המקומי יודע זאת. החשש שיקרה משהו נורא פוחת משום כך.

לעומת זאת, נניח שאתה עוצר בתחנת דלק בתִּבְלִי־שם באיזו עיירה קטנה והאיש הזר מכניס למכל שלך נוזל המקלקל את המנוע, ואולי נניח דבר גרוע יותר – אתה אוכל המבורגר בִּנְבִלִי־שם השולח אותך לבית החולים. סיכוייך לתבוע בהצלחה את בעלי העסקים המקומיים (אולי בפני חבר מושבעים מקרב ידידיהם ושכניהם) עלולים להיות קטנים בהרבה. יתר על כן, אפילו אם תזכה, הסיכוי לגבות סכום כסף שיספיק כפיצוי על כל הטרחה שטרחת יהיה קטן עוד יותר.

מותגים אינם ביטחונות, אבל הם מצמצמים את תחום האי־ודאות. אם על שלט של מלון כתוב הייאט ריג'נסי, הסיכוי הוא שלא תצטרך להיות מוטרד בשאלת החלפתם של הסדינים במיטתך אחרי שישן בה האורה הקודם. אם המצלמה שאתה קונה היא ניקון, אין להניח שסרט הצילום יסתבך כשתגלול אותו בפעם הראשונה. אפילו אם תעצור בחנות מוזנחת ועלובה בעיר זרה, לא תחשוש לשתות משקה מוגז שימכרו לך שם אם מדובר בבקבוק או בפחית של קוקה קולה או של ספרייט. אבל שווה בנפשך מה יהיה אם הבעלים של חנות קטנה ודוחה זו יערבב לך משקה מברז הסודה שלו. האם תחוש אותו ביטחון כשתשתה אותו?

כמו לכל דבר במשק, למותגים יש יתרונות וגם מחיר. יש להניח שמלון הנושא את השלט הייאט ריג'נסי ידרוש ממך מחיר גבוה מזה שתשלם בעד חדר השווה לו בגודל, באיכות ובשירותים במלון מקומי עצמאי ברי־השוואה, אילו ידעת היכן לחפש אותו. אדם הרגיל להתעכב

באותה העיר לרגל עסקיו יכול בהחלט למצוא מלון בניהול מקומי במחיר נוח יותר. אבל כשאתה חולף שם בפעם הראשונה, הגיוני שתחפש מותג בדיוק כשם שהגיוני להניח שהנוסע המתמיד יפנה למקום המוכר לו, שבו ישיג אותם דברים במחיר נמוך יותר.

מאחר שמותגים הם תחליפים לידע, ערכם תלוי בידע שכבר רכשת על המוצר או השירות הנדונים. מי שיש לו ידע רב בנושא הצילום יוכל להשיג במחיר מציאה וללא סיכון מצלמה או עדשה שאינה מוכרת כמותג ואפילו מצלמה או עדשה מיד שנייה. אבל מוטב לו, לאותו אדם, לדבוק במותגים ידועים של ציוד סטריאו חדש, אם הידע שלו בתחום זה קטן בהרבה מן המומחיות שיש לו בצילום.

רבים ממבקרי המותגים טוענים שהמותגים העיקריים "כולם דומים". אפילו אם כך הדבר, עדיין יש למותגים תפקיד בעל ערך. ייתכן שכל המותגים טובים מכפי שהיו אילו נמכר המוצר ללא שם. גם סרט צילום של קודאק וגם זה של פוג'י טובים בהכרח מכפי שהיו אילו נכתב על החפיסה "סרט צילום" ותו לא, בלי כל התייחסות ליצרן. אבל כשסרט הצילום נמכר כמותג המוצג על החפיסה, קודאק יודעת שהיא תפסיד מיליוני דולרים בהיקף מכירותיה אם איכות סרט צילום שלה תהיה נמוכה מאיכות סרט צילום של פוג'י. וכמובן, פוג'י יודעת שתפסיד מיליוני דולרים אם תפגר אחרי קודאק. כשהחלה יונייטד פֶּרְסֶל סרוויס להתחרות בפדרל אקספרס במסירת חבילות עד למחרת בלילה, היא הודיעה שתמסור את החבילות עד שעה שלוש אחרי הצהריים למחרת היום. פדרל אקספרס הכריזה מיד שתמסור את החבילות עד 10:30 לפני הצהריים – וכך עשו שתי החברות בסופו של דבר.

לא תמיד היו קיימים מותגים. הייתה סיבה לכך שהם באו לעולם, שרדו והתפשטו. באנגליה של המאה השמונה-עשרה, למשל, רק קומץ מוצרי מותרות, כמו רהיטי צ'יפנדייל, היו ידועים במותג היצרן. כאשר ציין יאשיה וג'וד את שמו על כלי החרסינה שמכר – כלים שנודעו אחר כך בעולם באיכותם ובעיצובם – היה מדובר בחידוש.

רוב העוסקים בעיבוד מזון באמריקה של המאה התשע-עשרה לא מתגו את המזון שמכרו – מצב שהביא לפריחת מזון לא טהור. כשנכנס הנרי היינץ לעסק הזה ומכר מזון מעובד שלא הושחת, הוא זיהה את

מוצריו בשמו וקצר את יתרונות המוניטין שביסס בין הצרכנים. כך הצליחה החברה שלו להתפשט במהירות למגוון מאכלים מעובדים הנושאים את שמו ומתקבלים ברצון בציבור. בקצרה, התפשטות המותגים עודדה את שיפור האיכות כי הצרכנים היו יכולים להבדיל בין המוצרים ולבחור ביניהם. כך נאלצו היצרנים לקבל עליהם אחריות למוצריהם, וכך הם קוצרים רווחים אם המוצר טוב ומאבדים לקוחות אם איננו טוב.

תקני האיכות של המבורגר, מילקשייק וצ'יפס ידעו מהפכה בשנות החמישים והשישים של המאה שחלפה בזכות מקדונלדס, שכמה ממתחריה החשובים חיקו אחר כך את שיטותיה ואת ציודה. אבל תקני הענף כולו נעשו גבוהים יותר מפני שמקדונלדס הוציאה מיליוני דולרים לחקר הגידול, האחסון והעיבוד של תפוחי אדמה, בצד הביקורים הבלתי צפויים שערכה אצל המגדלים ואצל ספקי הבשר כדי להבטיח עמידה בפרטי האיכות הנדרשים. בה בשעה, כוח הקנייה העצום של החברה אילץ את המחלבות לספק תערובת חלב להקצפה באיכות הגבוהה במיוחד שדרשה מקדונלדס. אחרי שנעשו כל הדברים הללו, אפשר לבוא כעבור שנים ולומר כי רשתות ההמבורגר המובילות "כולן דומות", אבל כולן השתפרו מפני שבתחילה הצליחה מקדונלדס לקצור את הפירות שהניבה העובדה הזאת: המותג שלה זוהה בעיני הציבור עם האיכות הגבוהה שהוא התרגל לקבל בדוכני ההמבורגר.

אפילו כשהחוק מחייב לייצר את המותגים השונים של המוצר באותה נוסחה, כמו באספירין, יש דחף גדול יותר לבקרת איכות כאשר כל יצרן מוזהה על כל בקבוק – דחף שאינו קיים כשהיצרן אינו ידוע. יתר על כן, המותג הנודע ביותר עלול להינזק ביותר אם ייכנס זיהום כלשהו לאספירין במהלך הייצור ויפגע במשתמש או יגרום למותו. דבר זה חשוב במיוחד במוצרי מזון ובתרופות.

לא זו בלבד שמקדונלדס צריכה לעמוד בתקנים שקבעה הממשלה, עליה לעמוד בתקנים שקובעת התחרות עם ונדיס ובורגר קינג. אילו זוהה המרק של קמבל על התווית רק כ"מרק" – או "מרק עגבניות", "מרק פטריות מוקרם" וכדומה – היה קטן יותר הלחץ על כל יצרני המרק המשומר להקפיד על הבטיחות ועל האיכות כאחת.

בארצות שאין בהן מותגים או שקיים בהן רק מפעל אחד שהממשלה הקימה או הרשתה להקים, המוצר או השירות נוטים להיות ידועים לשמצה מבחינת איכותם. בימי ברית-המועצות, חברת התעופה הלאומית היחידה, אירופלוט, נעשתה סמל לשירות גרוע ולזלזול בנוסעים. אחרי פירוק ברית-המועצות החלה לפעול שם חברת תעופה פרטית בהצלחה גדולה, במידה מסוימת מפני שנוסעיה הוקירו אותה על שנהגה בהם ככבני אדם, לשם שינוי. ההנהלה של חברת התעופה החדשה הכריזה כי מדיניות התעסוקה שלה היא שלא לשכור אנשים שעבדו אי פעם באירופלוט.

בדומה לכך, אחת הסיבות להצלחה הגדולה של מקדונלדס במוסקבה – מסעדת מקדונלדס הגדולה ביותר בעולם, שלפני דלתה עומד תור של אנשים המתנינים להיכנס – היא שהשוו אותה למסעדות הסובייטיות ולשירות הגרוע שנהג בהן בעבר, ולא לוונידים או לבורגר קינג. התחרות בשוק משפיעה על האיכות ולא על המחיר בלבד. הודות למותגים, המתחרים אחראים לשני הדברים כאחד.

תפקיד הרווחים

העסק והשוק

המצדדים בהתערבות הממשלה במשק מרבים לתאר את מצדדי השוק החופשי כתומכי העסקים. דעה זו שגויה לחלוטין זה מאתיים שנה לפחות. אדם סמית, אבי כלכלת השוק החופשי, בן המאה השמונה-עשרה, היה כה נוקב בביקורתו על אנשי העסקים, עד כדי כך שאי-אפשר לגלות שום התייחסות אוהדת להם בספרו הקלסי, המכיל 900 עמודים, עושר העמים*. לעומת זאת, סמית התריע על "הצעקנות והסלפנות של סוחרים

* כשלימדתי כלכלה נהגתי להציע ציון "מעולה" לכל סטודנט שיוכל למצוא בעושר העמים התייחסות אוהדת לאנשי העסקים. אף אחד לא מצא.

219, 229, 239, 252, 255,	אלבניה 369
259-260, 262, 272, 275, 277-	אלכוהול 70, 356
278, 285, 289, 293, 299-300,	אלכסנדר הגדול 316, 398
304, 306, 309-310, 318, 322,	אמזון 239, 242, 470
325, 328, 332, 334-335, 338-	אמריקה הלטינית 220-221, 318,
339, 344, 349, 353, 358, 365,	432, 411, 398, 362
366-367, 375-378, 380-384,	אמריקן אקספרס 328, 468
386-390, 393-398, 400-415,	אנגליה (ראה בריטניה)
417-418, 420, 422-424, 426,	אנגלס, פרידריך 19, 54
429-430, 436, 443-444, 449,	אנהייז-בוש 104
452-453, 462, 466, 471-472,	אנטורפן 49, 347, 451
אשראי ומלווים (נושים) 87, 247,	אנרון 78
250, 236, 296, 318, 365, 369,	אסונות טבע 23, 37, 162-161,
427	276-275
אתיופיה 64	אפליה 185-190, 230, 430, 467
באגוואטי, ג'אגדיש 421	אפריקה 63, 113-114, 156, 193,
באואר, פיטר תומס 205, 413	205, 207, 220, 230, 238,
בוליביה 318, 333	283, 315, 338, 383, 407-
בוניור, דייוויד 376	410, 414, 418, 425-426, 430-
בוננזה 353	431
בורגר קינג 150, 460	אקונומיסט 17, 25, 98, 150, 164,
בורמה 16, 283	175, 202, 223, 242, 279, 335,
בזבוז 14-15, 18-19, 91, 114,	346, 369, 400, 414, 420, 427,
191, 194-339, 340-448, 449	452
בטיחות 356-357, 445	ארגנטינה 140, 239, 316, 384,
ביטוח 162, 250-251, 272-279,	407-408, 416, 452
451	ארליך, פול 254, 256
ביטוח לאומי (ראה ביטוח סוציאלי)	ארצות-הברית 2, 15, 27, 29, 33,
ביטוח סוציאלי 279, 368	38-39, 43-47, 67, 78-79, 89,
ביטחון תעסוקתי 196-200	91-93, 104-105, 111-112,
בייסבול 175, 366	116-117, 119, 122, 128, 132,
ביקוש (ראה היצע וביקוש)	134-135, 137-138, 140, 142,
ביקוש מצרפי 299	148, 150, 158, 160-161, 167-
בירה 104, 384	168, 180, 185-186, 190-191,
	194, 196-208, 213-214, 218-

ג'ונסון, פול 474	בלומינגדיילס 414, 87
גורבצ'וב, מיכאיל 9	בנוין 448, 112, 93-89, 40-38
גייטס, ביל 179	458, 449
ג'ייסי פני (רשת חנויות כלבו. ראה גם פני, ג'יימס קש) 86-85	בנק אוף אמריקה 477, 94
גיל 178-179, 184, 187, 188,	הבנק העולמי 414, 412, 334,
199-198, 249, 274, 285-286,	422
308-307	בנק מיצוהו 78
גלובליזציה 425, 422	בנקים 358, 330-325, 94, 55,
גלידה 13-12	429-428, 369, 365
גן עדן 1	ברויל 334, 279-278, 260, 140,
ג'נרל מוטורס 110, 105, 79, 77	408-407, 393, 384, 379, 338
111, 119, 145-146, 162-163,	451, 418, 416
177, 199-200, 213, 300, 383,	בריטניה 178, 167, 165, 48, 33,
442, 462	203, 222, 320-321, 331-332,
גראפלקס (החברה לצורכי צילום)	336-337, 357, 369, 384-382,
138, 81	404, 408-409, 417, 420, 422,
גרינספן, אלן 329	432, 436, 452, 459
גרמניה 17, 33, 165, 196, 203,	ברית-המועצות 9, 13-15, 19, 39,
308, 407-408, 410, 421, 424,	59, 62, 90-91, 106, 115-117,
451	155-157, 186, 193-194, 295,
גשרים 110	321, 332, 339, 341, 352, 354,
	440, 461, 465
דאו ג'ונס (ראה מדד דאו ג'ונס)	ברלין 161
דיבידנדים (ראה מניות)	ברנס, ארתור פ' 353
דיוור 345-341, 181, 38-27, 24	ברקלי 32
474-473	בשר 41
בניינים נטושים 34	בתי מלון 150-109, 108, 24-23,
מגורי פאר 473, 60, 37-36	459-458, 151
פיקוח על דמי השכירות 27-	ג'אינים 451, 347
38, 60-61, 343, 345, 347-	גאנה 426, 354, 64, 16
349, 473	גבינה 13-12
דיימלר-קריוזלר 118, 105	ג'ואט, בנג'מין 476
דל קומפיוטרס 244, 168, 117	ג'ונסון, הווארד 152, 131, 120
דפלציה 325-322	ג'ונסון, לינדון ביינס 331

531 מפתח

היטלר, אדולף 473, 322	דרום קוריאה 432, 384, 17
היינץ, הנרי 459, 242-241, 165	האיטי 414
הימור 287, 240	האייק, פרידריך אוגוסט פון 390
היסטוריה 13, 186, 289, 367,	הגינות ואי־הגינות 25, 169, 177,
474	464, 275-274
היצע וביקוש 22, 173, 354	הגירה 426, 409-406
היצף 393-391	הגנה מפני יבוא 421-420
הכנסה	הובר, הרברט 366, 324
הפרשי שכר 173-174, 176-	הוגנוטים 407
177, 182-183, 223-226	הודו 17, 43-44, 50, 63-64, 97-
הכנסה אישית 180	138, 99, 144, 163-164, 169,
הכנסה לנפש 181-182, 312,	219, 224, 229-230, 237-238,
364	247, 271, 277, 283, 293, 331,
הכנסה שלא מיגיעה אישית	335-337, 345-347, 354-363-
246, 219	365, 377, 385, 387-388, 393,
הכנסת המשפחה 180	400, 411, 413-414, 425, 427,
הכנסת העניים 178-179,	430, 432, 434-452, 457, 469
228, 230, 341, 347, 476,	הולמס, אוליבר ונדל 376, 51,
478	399
הכנסת העשירים 45, 178-	הולנד 33, 178, 201, 384, 410,
179, 226-228, 341, 471,	422
478	הון (ראה גם עושר) 190-194,
הכנסת משק הבית 181-182	388-389, 398-401, 428, 475
"חלוקת" ההכנסה 178, 180-	הון אנושי 269-272, 426, 430-
181, 226-231	431
לפי גיל 178-179, 184	הון סיכון 263-264
הלאמה (ראה הפקעה)	הונג קונג 202, 260, 343, 400
הלוואות (ראה אשראי ומלווים)	הוריקן 23
הנהלה 146-147, 151-154, 246-	החלטות
247, 464	החלטות לשיעורין 68-70,
הפסדים (ראה רווחים והפסדים)	355-357
הפקעה 400, 344	החלטות מוחלטות 69-70,
הקצאת משאבים 1, 3, 9, 13, 46,	355
53, 64, 90-91, 168, 216, 221-	קדימויות 48, 70
225, 247, 363, 425, 477	

זיהום 357-355	הרווארד 465, 302, 286
זיכיונות 160, 153-152, 149-148	הרץ (סוכנות רכב) 273
476	השקעה 389, 278-277, 252-235
זכויות קניין 414, 345-339, 283	השקעות בינלאומיות (ראה סחר ותשלומים בינלאומיים)
478	התמחות 423, 120-110
זמן -284, 280, 249-247, 245	
455, 296	
מגמות 313-310	ול סטריט ג'ונל 142, 96, 82, 45
סיכון 268-266	396, 280, 269, 268, 202, 199
ערך נוכחי 280, 257-248	451
464, 354, 290	ולוורת, פרנק וינפילד 475, 166
החברה הפדרלית לביטוח הפיקדונות	478
329 (FDIC)	ול-מארט 438, 197, 96, 86, 81
החברה למימון השיקום 371-370	וורד, מונטגומרי (רשת חנויות כלבו, ושם המייסד) 126, 87-84
חברות תעופה 463, 134, 108	162, 152-151, 147, 143
חברת האלומיניום האמריקנית	יייט קאסל (רשת מסעדות) 166, 475
138, 122	
חוב בינלאומי 405-402, 390, 378	יייטנאם 61
חוף השנהב 13-12	ייראהוור, פרדריק 228
חוק וסדר 355-354, 349-333	ייליאמס, טד 175
חוקי אנטי-טראסט (ראה חוקי הגבלים עסקיים)	יילסון, וודרו 324
חוקי הגבלים עסקיים -135, 128	ונדיס (רשת מסעדות) 165, 164
456, 144	461-460
חוקי שכר מינימום (ראה עבודה)	ונצואלה 289
חינוך 467-466, 354, 237, 227	ועדת הסחר הבינ-מדינתי (ICC) 128, 134-132
"חלוקת" ההכנסה (ראה הכנסה)	ועדת התקשורת הפדרלית (FCC) 128
חנויות כלבו גם מרכולים)	ושינגטון 396, 132, 91, 32
147, 136, 100, 88-84, 81-79	ושינגטון פוסט 457, 181, 150
451, 151	
חקר (ראה משאבים שבצמצום)	
חסרונות לגודל (ראה עלויות)	זהב 321, 319-315, 268-266
38, 34	416-415, 377, 358, 326

- 400, 393, 387, 384-383, 309
 ,424, 418, 415, 410, 408, 401
 432-431
 יצוא (ראה סחר ותשלומים
 בינלאומיים)
 406 ירדן
 יתרון יחסי 395, 383-311
 יתרון מוחלט (ראה גם יתרון יחסי)
 382, 379-378
 יתרונות לגודל (ראה עלויות)
- 367, 125, 57 כוונות
 ,321-319, 309-308 כוח קנייה
 342-341, 325-323
 כלכלה, תורת הכלכלה 1-5, 16-
 ,451, 437, 64, 53-51, 19, 17
 478-477, 474, 469
 כלכלנים 15-14, 39, 35, 304,
 ,421-420, 413, 390, 367, 364
 469, 427
 -426, 330-314, 301-299 כסף
 474, 427
 מהירות המחזור 323-321
 המערכת המוניטרית
 הבינלאומית 417-415
 כשל ההרכבה 364-362, 302-300
 395
 כשל שוק 366
 213-212 לואיס, ג'ון ל'
 לוידיס הלונדונית 77
 לומברדים 282
 לונדון 369, 282, 156, 98, 17,
 451, 407
- 112, 71, 47-41, 27-26 חקלאות
 423, 365, 363, 157-154
 חשמל 264, 250, 131-129, 24
 444-443
 טאטא (משפחת תעשיינים הודית)
 387, 237
 הטווח הארוך לעומת הטווח הקצר
 ט'
 טוויטה 384-383, 146-145, 117,
 401
 טורונטו 34
 טיוואן 426, 384, 382, 133
 טיימס 33
 טיפול רפואי 441, 48-47
 טסינגטאו (חברת בירה) 407
 טרנר, טד 45
 יבוא (ראה סחר ותשלומים
 בינלאומיים)
 ידע 160-154, 94-88, 85, 83, 18,
 ,367, 290, 268, 244-243, 170
 476-475, 459
 יהודים 338, 283-282, 247, 185,
 467, 451, 431, 347-346
 יוגורט 13-12
 יונייטד פרסל סרוויס 370, 117,
 459
 יוניסיס 463
 יעדים יז, 358, 344, 65-60
 יעילות 352, 194-190, 100-99,
 449-448, 365
 יפן 93, 91, 78, 52, 48-47, 3,
 ,219, 214-213, 174, 118-117

מייסיס 414, 87	לוס אנג'לס 137, 111, 71, 55
מים 452, 72-71	לנגה, אוסקר 4
מין 188-186, 184	לנין, ולדימיר איליץ' 154-153,
מינהל התעופה האזרחית 134	475, 410, 369
המינהל לעסקים קטנים 359-358	מאזן הסחר (ראה סחר ותשלומים בינלאומיים)
מיקי מנטל 176-175	מאזן התשלומים (ראה סחר ותשלומים בינלאומיים)
מיקרוסופט 401, 140-139, 77,	מאזן מסחרי "חיובי" 378-376
456	מאריס, רוג'ר 176-175
מכוניות 98, 89-88, 80, 25, 11,	מגבלות (ראה תמריצים ואילוצים)
99, 104-105, 110-111, 145-	מדד דאו ג'ונס 353, 280,
149, 163, 228, 309, 357,	מדד המחירים לצרכן 368
383-385, 387, 451, 453-	מודיס (סוכנות לדירוג פיננסי) 427, 295
454	מוהוק (השבט) 391, 186,
מכסי מגן 424, 393	מונדל, רוברט 416
מלאי 455, 245-244	מונופול 161, 128-122
מלווה 408, 406, 393, 271, 238,	מוסדות ללא כוונת רווח (מלכ"רים) 468-465
426, 411	מוסריות 478, 349-345, 51
מלחמת המפרץ 289	מורגן, ג'ון פ' 416
מלחמת העולם הראשונה 321,	מורכבות 59-58
415, 404, 358	מותגים 461-457
מלחמת העולם השנייה 40, 27,	מותרות 453, 368, 227
42, 52, 80, 87, 122, 147, 149,	מזון 364, 65-63, 46-43, 25-24-
156, 185, 190, 207, 226, 305,	365, 452, 455, 383-382,
315, 410, 412, 467	מחירים יח, 9-73, 306, 454-457
מלכ"רים (ראה מוסדות ללא כוונת רווח)	מחסור 43, 40-37, 33, 30-27, 21,
הממלכה המאוחדת (ראה בריטניה)	252, 190, 64-61, 49, 47, 45
ממשלה 331, 325-324, 144-121,	מחשבים 138, 127, 98, 83-82-
359, 364-367	139, 141, 168, 187, 302, 382,
מיסוי והוצאה 468, 453, 357	394-395, 430, 451, 453, 463
פיקוח ממשלתי 134-129	מטרות (ראה יעדים)
מניות 272-270, 266-262, 258,	
300	
מסילת הברזל של בולטימור ואוהיו	
404	

משקי שוק) 16-15, 66, 161-	מסים 71-72, 93, 290, 292-294,
470-450, 167	319-320, 356, 472
משקים שאינם משקי שוק 90-93,	מסצ'וסטס 35, 90
475, 167-161	מעסיקים (ראה עבודה)
מתווך 111-115	מערכת הרזרבה הפדרלית 324,
	329-330, 366
נהרו, ג'והרלל 97, 100, 457	מצלמות 81-82, 115, 459
נורבגיה 310, 402, 417	מקדונלדס 93-94, 148-153, 160,
ניגריה 400, 402	164-166, 267, 340, 458, 460-
ניז'ר 428	461, 470, 475-476
ניו זילנד 17, 78	מקומות עבודה 301-302, 395-
ניו יורק (המדינה) 23	397, 421, 425, 472
ניו יורק (העיר) 2, 30-31, 34, 36-	מקסיקו 376, 389, 398, 415,
37, 39, 82, 87, 91, 291, 343,	418, 429
346, 348, 436	מרכולים (ראה גם חנויות כלבו)
ניו יורק הראלד טריביון 82	81-78, 55, 47, 88, 96,
ניו יורק טיימס 2-3, 31, 43, 45,	100-104, 137, 143, 149, 183,
82, 118, 142, 276, 375, 483	354, 386
ניו יורק סנטרל (חברת רכבות)	מרכז רוקפלר 400
404	מרקס, קרל 19, 97, 100, 217,
ניידר, רלף 421-422	410
ניצול 419	משאבים טבעיים 20, 62, 251-
ניקון 81, 458	257, 280, 473
ניקסון ריצ'רד 63, 93, 353-354,	משאבים שבצמצום 1-2, 4, 9, 12-
462	15, 19, 22-24, 28-29, 33-34,
נכסים (ראה עושר)	37-38, 40-41, 46, 52-53, 62,
נפט 235, 239, 470, 473	64-73, 77-78, 95, 112, 123,
	125, 135, 168, 176, 191-192,
סאקס (רשת חנויות) 414	200, 209, 211-212, 221, 231,
סובסידיות 71-72, 364-365, 466	236, 243, 255, 264, 281, 288-
הסוכנות הפדרלית לשעת חירום	289, 289, 332, 339-340, 352, 379,
161-162	424-425, 436-437, 440, 444,
סוכנים 158-160, 475	446, 448, 463-464, 477
סונבורן, הארי 151-152	משכורת (ראה הכנסה)
סוני 77, 79	משקי שוק (ראה גם משקים שאינם

סירקס (חברת מחשבים) 98	סוציאליזם וסוציאליסטים 97-99,
סירס (רשת חנויות כלבו) 84-87,	310-309, 220, 115-120,
322, 197, 147, 143, 126, 119	451, 440
477	סחר ותשלומים בינלאומיים 375-
סירס, ריצ'רד וורן 84, 87, 100,	464, 432-422, 397
438, 229-228, 162, 152-151	העברות הון 398-419
סכום־אפס 216, 220, 225, 228,	העברת נכסים 399, 406-407
405, 395, 375, 362-360, 230	השקעות בינלאומיות 238,
450, 424-423, 418, 411	419-418, 405-399, 398
478	426-422
סכרין 356	מאזן הסחר 400-401
סמית, אדם 54, 217, 221, 377,	מאזן התשלומים 402
466, 462-461, 436, 427, 386	סחר חופשי 420-422
סמית־קורונה (חברה אמריקנית	סחר חליפין 314-316
לייצור מכוונות כתיבה) 82-	סטאלין, יוסף ויטריונוביץ 59-60,
168, 140, 138, 83	98
סן פרנציסקו 30, 32, 36-38, 71,	סטיגלר, ג'ורג' 436
345, 343, 143-142, 94, 89	סטנדרד אנד פוד (סוכנות לדירוג
455	פיננסי) 34, 137, 250, 268,
סנדרס, הקולונל 164, 340	295
ספינות נופש 109, 141	סיבתיות 51, 53-60
ספקולציה 239-243	סדר־כיוונית 53-54
ספרד 49, 139, 316-317, 399,	מערכתית 54-60
408-407	סיוע חוץ 282, 412-414, 428-
סרי לנקה 17, 294	430
סרנוף, דייוויד 228	סיימון, ג'וליאן 254, 256
עבודה 173-231	סייפויי (רשת מרכולים) 81, 122,
אבטלה 201-204, 222-223,	143, 147, 168, 455, 475
324-323, 301-300, 237	סיכון 240-243, 258-279
איגודים מקצועיים 209, 211-	סין 17, 48, 52, 117, 120, 174,
364, 279, 215	271, 230, 224-223, 186, 184
ביטחון תעסוקתי 196-200	347-345, 338-337, 331, 283
חוקי שכר מינימום 27, 189,	406, 398, 393, 387, 385, 362
476, 208-200	430, 407
	סינגפור 400, 424, 451

- עסקים 77-94, 237-238, 359,
464, 462
ערך "אמיתי" 23
ערך נוכחי (ראה זמן)
ערכים לא-כלכליים 435-449
עשירים (ראה הכנסה)
- פאן אמריקן 82, 138
פאר איסטון אקונומיק רווי 43, 78,
385, 116
פדרל אקספרס 117, 370, 459
פוג'י 459
פוליטיקה 35-37, 46-50, 133-
134, 277-288, 292-319
320, 352-354, 356-358
364-366, 369-371, 426-429,
478
פופוב, ולדימיר 14, 344
פורבס 145, 152, 179, 507, 527
פורד (חברת המכוניות) 88, 105,
117, 145, 163, 383
פורד, הנרי 93, 95, 100, 104,
162, 228-229, 247-248, 282,
438, 466, 475
פורצ'ן 78, 87, 99, 103
פיג'י 230, 271, 283
פיקוח 135-144
על דמי השכירות (ראה דיוור)
על המחירים 26-50, 63, 90,
353-354, 444, 472
"רצפת" מחירים 26, 41-47
"תקרת" מחירים 26, 42
פלדה 396-397, 421, 472
פני, ג'יימס קש (ראה גם ג'יימס פני)
85, 100, 228, 475
- חוקי שכר מקסימום 189
מעסקים 209-212
שיעורי שכר לעומת עלויות
עבודה 174-175, 218-
219, 387-388, 472
עדיפויות (ראה החלטות –
קדימויות)
עודף היצע 27, 30, 41-45
העולם השלישי 25, 44, 112-
115, 192-194, 205, 218,
237, 282, 294, 312, 333,
349, 409, 411-414, 418-419,
424, 428-432, 437, 445,
478
עושר 277-278, 304-306, 371,
398-419, 441-442
עיתונים 82, 88, 111, 141-143,
340, 470
עלויות 12, 72-73, 96-97, 103,
129, 136-137, 218, 391-393,
446-447
התמחות 110-120
חסרונות לגודל 106-108
יתרונות לגודל 104-106,
136-137, 326, 383-385,
392
עלויות הון 388
קיבולת 108-110, 129-130
שיעורי שכר לעומת עלויות
עבודה (ראה עבודה –
שיעורי שכר לעומת
עלויות עבודה)
עלויות חברתיות והטבות חברתיות
350-351, 356-357
עניים (ראה הכנסה)

קרוק, ריי 152, 165-167, 267,	פקיסטן 406
475	פרידמן, מילטון 4, 324, 462
קרטלים 122-128	פריון 174-176, 185, 219, 431
קרטר ג'מי 93, 255	פרסום 104-105, 107, 125, 139,
קרן המטבע הבינלאומית 412,	467, 458
422, 414	
קרנגי, אנדרו 100, 228, 282,	צבא 4, 52, 351, 391
438, 436	צורפים 326
קרנות נאמנות 269-268	צ'ילה 408
	צ'כיה 370, 451
רובינס, ליונל 1	צמיחה כלכלית 16-17, 169, 185,
רדוויה 156	477, 469, 445, 424, 411-410
רודס, ססיל 409	צרפת 33, 46, 63, 201, 203, 314,
רווחי הון 258, 261, 469-470	415, 408-407, 367, 331, 321
רווחים והפסדים (ראה גם מוסדות	474, 424, 420
ללא כוונת רווח – מלכ"רים)	
-461, 344, 146, 96-95, 79-78	קדילק 367
468	קדימויות (ראה החלטות –
הפסדים 11, 25, 78-79, 83,	קדימויות)
430-429, 150, 145, 99	קודאק 459
466-464	קומוניזם וקומוניסטים 9, 61,
רווחים על ההשקעה 101-102	334, 332-331, 167, 155-154
רווחים על המכירות 100-103	441-440, 424, 369, 354, 340
רווולט, פרנקלין דלאנו -324	קוץ, אד 36
366, 358, 325	קיבולת 108-110
רויאל אהולד (הברת שיווק מזון	קיבוץ 20, 22
הולנדית) 384	קיינס, ג'ון מיינרד 325
רולטה רוסית 280, 287	קיצוב 10, 21-24
רוסיה 40, 63-65, 155, 239, 257,	קנדה 336, 354, 380-381, 384,
389-388, 334, 331, 321, 260	418, 410
430, 425, 420, 408, 400, 393	קנדי, ג'ון פיצג'רלד 310, 380
474	קנטקי פרייד צ'יקן 164
רוקפלר (בני המשפחה. ראה גם	קצבאות 277-278
מרכז רוקפלר) 45, 100, 179,	קרדי סוויס 77
466, 438, 436, 400	קרוגר (רשת מרכולים) 96

539 מפתח

- רייגן, רונלד 483, 167
 ריקרדו, דייוויד 462
 רכבות 404, 352, 169, 132, 128
 רכוש (ראה עושר) 469, 425, 423
 שבדיה 417, 384, 62, 35, 30-29, 426
 שברולט 383, 367, 119, 111
 שו, ג'ורג' ברנרד 100, 97
 שווייץ 403, 203-202, 91, 3, 428, 407
 שוחד 349, 335-333
 שוק שחור 62, 41-40
 שחיתות 441, 428, 400
 שטיגליץ, ג'וזף 422
 שיתוף פעולה 451
 שכר (ראה הכנסה)
 "שליטה" בשוקים 155-135
 שמילוב, ניקולאי 344, 14
 שערי ריבית 473, 280, 261, 56
 השפל הגדול 148-147, 43-42, 330, 328, 324, 303-302, 300
 תקשורת 415, 378-377, 366, 358, 424
- תאילנד 336, 238, 144, 17-16, 418, 392
 תאצ'ר, מרגרט 167, 9
 תומס, דייב 164
 תוצר לאומי גולמי (תל"ג) 204, 310, 307
 תוצר מקומי גולמי (תמ"ג) 78, 411, 403, 402, 310, 304
 תורנטו, הנרי 436
 תחלופה 70-68
 תחלופה לשיעורין (ראה החלטות לשיעורין)
 תחרות 123-122, 95, 73-66, 167, 150, 135-134
 "תיאוריית הטפטוף" 469, 450, 470
 תכנית מרשל 412
 תמחור "דורסני" 457-456, 393
 תמריצים ואילוצים 47, 38, 33, 359-352, 343, 101-97, 65-60, 475-473, 468, 365
 תמריצים ומגבלות (ראה תמריצים ואילוצים)
 תעשיות ינוקא 391-392, 386
 תקשורת יח, 478, 363, 228