

ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ В МИРОВОЙ ИСТОРИИ

Главной особенностью финансовых пирамид является то, что в ходе их работы денежные вклады участников просто перераспределяются. Чаще всего организаторы маскируют финансовую пирамиду под инвестиционную компанию и регистрируют ее как коммерческую организацию. Инвестиции привлекают под какой-нибудь проект с высокой доходностью или обещают, что средства вкладчиков будут вложены в ценные бумаги.

Даже если предприятие ведет реальную деятельность и какая-то доходность существует, ее не хватает для обещанных высоких выплат: вкладчики получают прибыль преимущественно из тех денег, которые внесли новички.

Некоторые компании выплачивают доход только в том случае, если вкладчик привлекает новых людей. Как только приток вкладчиков в финансовую пирамиду останавливается, выплаты прекращаются и большинство участников системы теряют свои деньги.

Можно определить два типа финансовых пирамид:

– Многоуровневая пирамида – каждый участник пирамиды, вступая, платит начальный взнос, а потом приглашает новых участников (двух или более). Доходом участников являются вступительные взносы вновь вступивших.

– Одноуровневая пирамида – Схема Понци – по имени итальянца, организовавшего мошенническую схему в 1919 году. Принцип финансовых пирамид такого типа прост: организатор привлекает вкладчиков, обещая высокую прибыль. Первые вкладчики без проблем получают высокий доход – за счет взносов новичков. Когда организатор понимает, что поступающие суммы перестают перекрывать обязательств перед вкладчиками, он исчезает с деньгами.

Ниже приведены известные примеры финансовых пирамид под видом бизнеса.

Одной из знаменитых афер является первый проект Панамского канала. Основанная в конце 19 века организация привлекала средства для строительства судоходного канала между Южной и Северной Америкой и выпускала облигации, погашая эти займы средствами новых инвесторов. В итоге финансовая пирамида рухнула, а канал построили только через полвека. В то время как принцип схемы Понци существует в течение многих столетий, современное название мошеннической инвестиционной

деятельности такого типа связано с итальянским иммигрантом 20-ого столетия по имени Чарльз Понци.

Первая финансовая пирамида США была организована Чарльзом Понци в 1920-х годах. Он создал инвестиционную схему, построенную на арбитражных сделках с ответными купонами. Для финансирования этой деятельности он собрал деньги у инвесторов, предложив им высокий процент. В дальнейшем средства, поступившие от новых инвесторов, частично направлялись на выплату доходов более ранним инвесторам, а часть из них Понци тратил на свои нужды.

АО «МММ» – крупнейшая в истории России финансовая пирамида, организованная Сергеем Мавроди. Изначально структура «МММ» была создана в 1989 году и до 1 февраля 1994 года вела только финансовую и торговую деятельность. С 1994 года начала действовать как финансовая пирамида. По разным оценкам, в её деятельности участвовало 2–15 млн вкладчиков.

Финансовая пирамида, организованная Бернардом Мейдоффом, по предварительным оценкам специалистов, является крупнейшей в истории финансовой аферой. Количество потерпевших составляет от одного до трёх миллионов человек и несколько сотен финансовых организаций, ущерб оценивается в сумме около 64,8 млрд долл.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое финансовые пирамиды? <https://journal.tinkoff.ru/wiki/pyramid/>

УДК 388.2

Студ. В. В. Тришкина, А. А. Шестак
Науч. рук. ст. преп. В. А. Усевич
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА УПАКОВКИ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Производители различных товаров используют разные маркетинговые ходы и инструменты для привлечения потребителей. В результате многочисленных исследований найдены закономерности воздействия цвета упаковки в целях привлечения внимания.

Существует специальная отрасль, которая занимается разработкой цветных упаковок для тех или иных товаров и изучает их востребованность для потребителей, которая называется колористика.

Каждая продукция имеет свой «удачный» цвет для продвижения. Так, например, доказано, что упаковки зеленого, красного и желтого цветов продаются быстрее. Потребители отдают предпочтение тому, что больше напоминает естественное – зелень, фрукты, овощи. Считается,