

Министерство образования Российской Федерации
Самарский государственный аэрокосмический университет
имени академика С.П. Королева



ЕСТЕСТВОЗНАНИЕ.

ЭКОНОМИКА.

УПРАВЛЕНИЕ

*МЕЖВУЗОВСКИЙ СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ, ПОСВЯЩЕННЫЙ ПАМЯТИ
АЛЕКСАНДРА ИВАНОВИЧА ФЕДОСОВА*

Выпуск 1

САМАРА 2001

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ

АНАЛИЗ ТРАКТОВОК ПОНЯТИЙ

"ПОТРЕБИТЕЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ" И "СТОИМОСТЬ" (ИСТОРИКО - ЛОГИЧЕСКИЙ И ИНФОРМАЦИОННЫЙ АСПЕКТЫ)

Т.Н. Соснина, В.Е. Целин

Экономическая наука в конце XX века встала перед необходимостью пересмотра своих концептуальных оснований, связанных с трактовкой базовых понятий "потребительная стоимость" и "стоимость". Дискутируемую проблему целесообразно рассмотреть в историко-логическом и информационном аспектах.

Подходы к трактовкам понятий "потребительная стоимость" и "стоимость" достаточно четко фиксируются в трудах экономистов от А. Смита до П. Самуэльсона.

1. "Труд является единственным всеобщим, равно и единственным точным мерилом стоимости, или единственной мерой, посредством которой мы можем сравнить между собой стоимости различных товаров во все времена и во всех местах" (Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. - М.-Л., т.1, 1938, с.35).

2. "Стоимость имеет два различных значения: полезность какого-либо предмета, возможность приобретения других предметов, которую дает обладание данным предметом.

Первую можно назвать потребительной стоимостью, вторую - меновой стоимостью". (Там же, с. 2 8).

3. "Стоимость (или ценность - Т.С.) товара определяется количеством содержащегося в нем труда. Это значит, что товар обменивается на то же самое количество труда во всякой иной форме потребительской стоимости... рабочее время есть мера стоимости" (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.46, ч.1, с.333);

"Редкость ... (независимо от соотношения спроса и предложения) составляет элемент стоимости, поскольку то, что само по себе не редко, что является отрицанием редкости, что дано от природы, не имеет никакой стоимости, ибо не выступает как результат производства" (там же, с. 120).

4. "Потребительная стоимость как таковая выражает прежде всего отношение индивида к природе" (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.46, ч. II, с.438).

"Потребительная стоимость фиксирует объективные свойства товара, делающие его определенной полезностью" (Маркс К., Энгельс Ф. т.26, ч. II, с.307).

"Природа в такой же мере источник потребительных стоимостей как и труд, который сам есть лишь проявление одной из сил природы, человеческой рабочей силы". (Там же, т. 12, с. 13).

5. "Ценностью в субъективном смысле называется вообще значение материальных благ для человеческого благополучия; в частности, субъективной меновой ценностью называется то значение, какое приобретает вещь для какого-нибудь субъекта благодаря своей способности давать ему при обмене другие материальные блага, между тем как меновая ценность в объективном смысле представляет собой не что иное, как способность вещи обмениваться на другие материальные блага. (Бем-Баверк О. Основы теории ценности хозяйственных благ // Австрийская школа в политической экономии. - М., 1992, часть II).

6. Стоимость товарной продукции есть результат юридического соглашения "коллективных институтов" (союзы корпораций профсоюзов, политических партий). - Коммонс Дж. (См.: Ядгаров Я.С. История экономических учений. - М., 1997, с.163).

7. Средством удовлетворения потребностей служит благо, или приговор, произнесенный нашими суждениями насчет полезности предметов. Ценность блага субъективна, она определяется предпочтениями покупателя (Менгер К. Основания политической экономии. - М., 1992, с.39).

8. "Мы могли бы с равным основанием спросить о том, регулируется ли стоимость полезностью или издержками производства, как о том, разрезаем ли мы кусок бумаги верхним или нижним лезвием ножниц". (Маршалл А. Принципы экономической науки. - М., 1993, т. VII, с.31-32).

9. "Полезность есть абстракция, означающая субъективное удовольствие, пользу от потребления продукта... Полезность невозможно измерить. Она суть аналитическая конструкция, предназначенная объяснить схему, по которой потребители рационально распределяют свой ограниченный доход между полезными для них товарами." (Реферат учебника П. Самуэльсона и В. Нордхауса "Экономикс" // Экономические науки, 1990, №6, с.112).

10. "Стоимость, то есть меновая стоимость какой-либо вещи, выражается в определенном месте и в определенный момент в единицах другой вещи, представляет собой количество единиц последней вещи, которое можно там и тогда получить в обмен на первую. Таким образом, понятие стоимости относительно и выражает отношение между двумя вещами в конкретном месте и в конкретное время". (Маршалл А. Принципы экономической науки. - Цит. по кн.: Хрестоматия по экономической теории. - М., 1997, с.137-138).

11. "Потребительная стоимость есть 1) полезность, способность вещи или услуг удовлетворять какую-либо потребность человека; 2) вещь или услуга - носитель полезности. Потребительная стоимость образует вещественное содержание богатства вне зависимости от его общественной формы. Некоторые виды потребительных стоимостей дает природа в готовом виде (воздух, вода и т.д.), однако преобладающая их масса - продукт труда (См.: Толковый словарь рыночных терминов и понятий. - М., 1993, с. 19; Толковый словарь по управлению - М., 1994, с.129).

12. "Стоимость - овеществленный в товаре труд производителей. Стоимость товара определяется количеством общественного труда и временем, необходимым для его производства. Стоимость товара состоит из стоимости постоянного и переменного капитала, прибавочной стоимости». (Там же, с. 167-168).

13. «Полезность вещи, ее свойства, благодаря которым она может удовлетворять личную потребность, делает ее потребительной стоимостью. Потребительная стоимость может непосредственно удовлетворять личную потребность человека или служить средством производства материальных благ. Потребительную стоимость имеют многие вещи, не созданные человеческим трудом, например вода в источнике, плоды дикорастущих деревьев. Но не всякая вещь, имеющая потребительную стоимость, является товаром. Чтобы вещь могла стать товаром, она должна быть предназначена для обмена" (Курс экономической теории. - Киров., 1994, с.80-81).

14. «Стоимость (ценность) не может быть свойством, объективно присущим вещи. Ценность (стоимость) имеет лишь то, что ценно в глазах покупателя, чьи субъективные оценки придают произведенному благу свойства стоимости.

Людьми ценятся самые различные материальные и духовные блага не в результате того, что на их производство потрачен общественно необходимый труд, а потому что эти блага имеют полезность. Только полезность может придать затратам труда так называемый общественный характер. Стоимость (ценность) есть, прежде всего, категория обмена". (Там же, с.83-84).

Мы видим что. Определяя содержание потребительной стоимости, авторы сходятся во мнении: 1) атрибутивным ее качеством выступает полезность, или способность удовлетворять те или иные потребности человека (2,6,7,9,11); она создается природой и трудом человека (4,11), но может состояться в качестве потребительной стоимости, не выступая объектом труда (11,13).

Аналогичная во многом картина складывается и в случае трактовки стоимости. Утверждается, что ей присущи такие характеристики как-то: овеществление в товаре труда (1,3,12), проявление сути стоимости как отношения вещи (товара) к другим вещам (товарам) - (1,3,5,10,14).

Различие точек зрения фиксируется по такому кардинальному параметру как-то: при-

знание (непризнание) объективности ценностных характеристик. Одни считают, что ценность есть объективно присущее товару свойство, обусловленное самим фактом овеществления общественного труда (1,3,4,12); другие выводят полезность, исходя из субъективных оценок производственного блага, которое имеет ценность в глазах потребителя (5,7,7,14). Третьи считают правомерным синтез подходов (8,10).

Воспроизведем подробнее аргументацию сторонников трудовой теории стоимости, ее оппонентов, отдающих предпочтение теории предельной полезности, а также компромиссные точки зрения.

Выделим три сюжетных блока.

В первом речь пойдет об аргументах, с помощью которых обоснованы подходы к определению факторов производства и понятия богатства (полезность, ценность), включая способы измерения последнего.

Во втором акцент будет сделан на анализе точек зрения о соотношении потребностей человека с возможностями их удовлетворения, меры осознания последствий этого "взаимодействия" в контексте исторически сложившейся формы обмена человека (общества) и природы (среды производства и обитания).

В третьем блоке будет предпринята попытка осмысления аргументов второй маржинальной волны, цель которой состояла в синтезе асимметричных теорий - теории трудовой стоимости и теории предельной полезности.

ПЕРВЫЙ БЛОК

Характеризуя факторы производства, представители трудовой стоимости и полезности едины в мнении: в основе производственной деятельности, следовательно, стоимости лежит труд человека и используемые им блага природы (потребительские стоимости).

Однако в трактовке значимости каждого из факторов производства в образовании стоимости обнаруживается существенное различие. К. Маркс считал труд "единственной потребительной стоимостью, могущей противостоять капиталу" (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.46, часть I, с.222); сторонники теории предельной полезности склонны определять основу стоимости в виде совокупности многих факторов ("земля, труд, капитал, организация") См.: Маршалл А. Принципы экономической науки. - М.: Кн.ГУ, т.1, 1993.

Далее. Понятие "богатство" (ценность, потребительная стоимость) в трактовке представителей трудовой стоимости, начиная от А.Смита до К. Маркса фиксируется тезисами: "труд - отец богатства, земля - его мать"; "... с одной стороны, богатство есть вещь, оно воплощено в вещах, материальных продуктах, ... с другой, богатство как стоимость - это просто власть распоряжаться чужим трудом... Во всех формах богатство принимает вещную форму, будь то вещь или отношение, опосредствованное вещью..." (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.46, ч.1, с.475-476).

Сторонники теории предельной полезности утверждают: "богатство - это все, что люди ценят. Слово материальный не имеет смысла в сочетании с такими словами как "богатство" или же "благосостояние". (Хейне П. Экономический образ мышления. - М., 1992, с. 172).

Различие подходов выявляется также и при определении экономической зоны, в рамках которой стоимость может быть создана. Марксизм исходит из тезиса "время обращения не является положительным элементом, создающим стоимость" (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.46, часть II, с.31); "стоимость образуют издержки производства, которые в конечном счете сводятся к рабочему времени". (Там же, часть I, с. 150). Оппоненты считают, что стоимость создается именно в сфере обращения: "... в центр всего учения следует поставить ту мысль, что цена является продуктом субъективных оценок материальных благ участниками обмена". (Бем-Баверек О. Основы политической экономии. - М., 1992, с. 424-426).

Следствием подобного рода альтернативных подходов является и характер замеров ценности (богатства). К. Маркс считал: "Стоимость продукта равна стоимости сырья плюс стоимость уничтоженной части орудий труда, которая перешла в продукт, была уничтожена в своей первоначальной форме, плюс стоимость труда. Другими словами, цена продукта

равняется издержкам производства, сумме цен тех товаров, которые были потреблены в процессе производства" (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.46, часть I, с.266).

Сторонники теории предельной полезности предлагают иные критерии:

"включение ценности материального блага определяется важностью той конкретной потребности (или частичной потребности), которая занимает последнее место в ряду потребностей, удовлетворяемых всем наличным запасом материальных благ данного рода ... ценность вещи измеряется величиной предельной полезности вещи. Это положение является центральным пунктом нашей теории ценности. Все дальнейшее связывается с ним и выводится из него". (Бем-Баверк Е. Основы теории ценности хозяйственных благ. – М.: 1992, с. 178).

К. Менгер (основоположник австрийской школы маржинализма) считает, что "ценность субъективна не только по своему существу, но и по своей мере. Затраты труда и его количества или других благ на производство того блага, о ценности которого идет речь, не находятся в необходимой и непосредственной связи с величиной ценности" (Менгер К. Основания политической экономии // Австрийская школа политической экономии. – М.: 1992, с. 125).

ВТОРОЙ БЛОК

Характеризуя потребности человека (социума), марксизм исходит из тезиса:

"Богатство, если рассматривать его вещественно, заключается в многообразии потребностей... и необходимыми потребностями являются потребности такого индивида, который сам сведен к субъекту природы... Роскошь представляет собой противоположность по отношению к этой природной необходимости" (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.23, с.44, 182; 46, часть II, с. 19).

Потребности человека (общества) могут удовлетворяться через посредство развития производства, что рождает проблемы взаимосвязи последнего с природной средой как источником жизни и естественным условием производства. Предметы природы, выступая в качестве объекта производственного потребления, могут быть даровыми (не имеющими стоимости), так и созданными трудом человека (общества).

Размер потребностей равно как и способы их удовлетворения, сами представляют собой продукт истории и зависят в большей мере от культурного уровня страны ... в значительной степени и от того, при каких условиях, следовательно, с какими привычками и жизненными притязаниями сформировался класс совокупных рабочих" (там же, т.23, с. 103).

Таким образом, потребности обусловлены действием объективного и субъективного начал. Анализ генезиса производства приводит К. Маркса к заключению: "при капитализме природа становится лишь предметом для человека, всего лишь полезной вещью, ибо ее перестают признавать самодовлеющей силой, она становится объектом эксплуатации... (Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.46, часть I, с.380; т.32, с.387).

В том же ключе рассматривают потребности и сторонники теории предельной полезности с существенной "поправкой": потребности обусловлены только

субъективными притязаниями человека (общества). Объективное, хотя и признается, но выводится "за кадр", не относится к разряду определяющих: "... дуалистическое объяснение явлений и цены двумя различными принципами: пользы и издержек производства представляется и ненужным, и неудовлетворительным... мы объясняем отношение людей к материальным благам именно тем значением, какое представляют они с точки зрения человеческого благополучия" (Бем-Баверк Е. Указ. соч., с.425-426; Маршалл А. Указ. соч., т. I, кн. XI, глава II).

ТРЕТИЙ БЛОК

Воспроизводя аргументы подходов, сформировавшихся в рамках теории издержек и теории предельной полезности, остановимся на выводах, принадлежащих западным исследователям, критически переосмысливающим эти точки зрения.

Родоначальниками неоклассического направления экономической теории стали маржиналисты "второй волны". Они объединили теорию издержек классиков и теорию полезно-

сти субъективистов в одну двухкритериальную теорию, базирующуюся на одновременном соизмерении издержек и предельной полезности.

Так, А. Маршалл, взглянув на асимметричность подходов глазами аналитика синтезатора, пришел к выводу: односторонними являются как теория трудовых издержек, так и теория предельной полезности, усматривающей в цене проявление субъективных оценок товаров покупателями. Он "соединил" полюса, считая ценность товара в равной мере производной издержек производства и полезностью. Проблема ценности (стоимости) стала решаться путем согласования, сочетания затрат труда, рабочего времени и результатов труда (количество и качество полезностей) в контексте рыночного обмена, позволяющего произвести соизмерение трудовых затрат с общественной полезностью товаров.

Началась новая полоса в развитии современной экономической теории. На поверхность были вынесены проблемы, которые человечеству предстоит еще решать. Это, прежде всего, экологические реалии, "не стыкующиеся" с экономической и социально-политической практикой. Попытку преодолеть подобного рода "ножницы" делают сегодня экономисты, философы, политики, все, кто профессионально занимается анализом сложного комплекса экологических проблем: А. Маршалл акцентирует внимание на понятии "космополитическое богатство" ("это не что иное, как понятие национального богатства, распространенного на всю площадь Земного шара"); Я. Тинберген формулирует концепцию "об исследовании человечества", согласно которой природные ресурсы должны принадлежать всему населению Земли; А. Печчеи говорит о необходимости "коренных преобразований в производственном секторе, ибо он в силу своего первичного характера оказывается неразрывно связанным с экологическими, социальными и политическими проблемами нашего времени"; авторы Декларации Римского клуба (декабрь 1993г.) считают необходимым переход к "новой модели человечества, ориентированной на изменение ценностей, экологическое развитие чувства партнерства" и т.д.

С нашей точки зрения, тенденция синтеза трудовой стоимости и предельной полезности, бесспорно, перспективна, но "набрать силу" и приобрести "необходимое ускорение" она может только при учете экологической составляющей, то есть синтез должен быть не двух-, как предлагают маржиналисты "второй волны", а трехкритериальным.

Экологический параметр "ищет свою нишу" в экономическом инструментарии. Поиски в этом направлении идут вяло: продолжает действовать мощная тенденция, имеющая статус закономерности - ориентир на общество потребительского типа, основной программой которого является "максимум производительности и максимум выпуска продукции".

Социум ведет себя "подобно страусу, зарывающему голову в песок", фактически игнорируя объективную социально-экономическую и социально-экологическую "ватерлинию" космического корабля "Земля", а именно - возможности биосферы удовлетворять стремительно растущие притязания человечества к ее ресурсам.

Теория ценности в современном ее варианте должна быть осмыслена в экологическом ключе. Этап категориального "вхождения" различных концепций друг в друга будет болезненным. Терминологические "амбиции" могут стать существенным препятствием и автоматически "запрограммировать" просчеты и ошибки в новой экономической теории - теории выживания человечества.

С нашей точки зрения, понятийный основой теории БАЛАНСА СТОИМОСТИ (это наше условное наименование синтеза современных социально-экономических подходов на основе трехкритериального статуса) могут стать понятия:

потребительная стоимость (полезность, ценность, в том числе предельного типа):

стоимость; меновая стоимость; цена; спрос и предложение; абстрактный и конкретный труд. Их необходимо использовать в информационном контексте, предполагающем качественно-количественную раскладку этих показателей.

Информационным эквивалентом природного выступает потребительная стоимость материальных и духовных благ.

Предметы первой, или естественной, "дарованной" природы в информационном плане

целесообразно считать гипотетической потребительной стоимостью, то есть стоимостью, фиксирующей то или иное отношение человека (общества) к ресурсу природы. Она может меняться в широком спектре значений, обусловленных мерой востребованности социумом естественного блага.

Информационным эквивалентом социального начала выступает стоимость. В ней фиксируются затраты живого и овеществленного (прошлого) труда человека в конкретной и абстрактной формах.

Информационные параметры ресурсов человека могут быть представлены спектром "буферных" вариантов, или искусственными (природно-социальными и социально-природными) образованиями. В этих случаях информационным аналогом природно-социального и социально-природного начал будут выступать то или иное сочетание стоимости и потребительной стоимости.

Информационное выражение потребительной стоимости и стоимости (природного и социального начал) предполагает качественно-количественные различия.

КАЧЕСТВО ПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТИ выражает:

- 1) объективные различия потребительных стоимостей (неживая, живая, социальная, искусственная природа);
- 2) объективные различия потребительной стоимости биотехносферы как глобального целого (отдельных частей целого);
- 3) субъективные различия потребительных стоимостей с точки зрения параметра прагматичности (полезности) их для личности (социума);
- 4) субъективные различия потребительных стоимостей с точки зрения параметра ценности их для личности (социума);
- 5) объективно-субъективные различия потребительных стоимостей с точки зрения возможности и необходимости познания их человеком (социумом).

КОЛИЧЕСТВО ПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТИ выражается постоянными и переменными величинами, фиксирующими:

- 1) объективные различия потребительных стоимостей на уровнях
 - неживой природы (элементарные частицы, атомы, молекулы, геохимические циклы, ландшафты и т.д.);
 - живой природы (макромолекулы, субклеточные структуры, клетки, ткани, органы, организмы, биоценозы и т.д.);
 - социальной природы (информационный потенциал личности, группы, социума);
 - искусственной природы (негэнтропийный потенциал средств производства объектов рекреационной и бытовой социокультурных сфер);
- 2) объективные различия потребительной стоимости биотехносферы как глобального целого (отдельных частей целого);
- 3) субъективные различия потребительных стоимостей по параметру прагматичности (полезности) их личности (социума);
- 4) субъективные различия потребительных стоимостей по параметру ценности их для личности (социума);
- 5) объективно-субъективные различия потребительных стоимостей с точки зрения возможности (необходимости) познания их человеком (социумом).

КАЧЕСТВО СТОИМОСТИ выражается синхронной и диахронной фиксацией затрат конкретного труда необходимого для:

- 1) изменения свойств потребительной стоимости различного объективного статуса (неживая, живая, социальная, искусственная природа);
- 2) обеспечения стабильности (улучшения) потребительной стоимости биотехносферы как глобального целого (отдельных частей целого с учетом информационного баланса функционирования планеты как Среды обитания социума и как Среды производственной и непроизводственной его деятельности);
- 3) выявления прагматических параметров потребительной стоимости, полезности ее

для личности (социума);

4) определения аксиологических характеристик потребительной стоимости, ценности ее для личности (социума);

5) познания человеком (социумом) различных потребительских стоимостей с точки зрения возможности (необходимости) этого процесса в рамках конкретного пространства - времени.

КОЛИЧЕСТВО СТОИМОСТИ выражается постоянными и переменными величинами, в которых регистрируются затраты абстрактного труда необходимого для:

1) изменения свойств потребительной стоимости различного информационного статуса (неживая, живая, социальная, искусственная природа);

2) обеспечения стабильности (улучшения) информационных параметров биотехносферы как глобального целого (отдельных частей целого), сохранение информационного разнообразия и многообразия планеты (принцип баланса);

3) выявления прагматических параметров потребительной стоимости, полезности ее для личности (социума);

4) определения аксиологических характеристик потребительной стоимости, полезности ее для личности (социума);

5) познания человеком (социумом) различных потребительных стоимостей с точки зрения возможности (необходимости) использования ее информационного потенциала в конкретном пространстве - времени.

Резюме.

Разграничение понятий «потребительная стоимость» и «стоимость» в их качественно-количественном выражении принципиально значимо в теоретическом и практическом смыслах: позволяет «увидеть» новые повороты в решении дискуссионных проблем, обозначить существенные моменты организации современных процессов производства.