
Опыт II. Теория потребительной стоимости

1. Немного об Адаме Смите, Вальрасе, теории стоимости, картинках с рынка, а также о вредности политической экономии..... 1
2. О потребительных связях..... 8
3. О потребительных наборах..... 13
4. О потребительных системах, а также о том, откуда проистекает стоимость товаров..... 16
5. О воспроизводстве 28

1. Немного об Адаме Смите, Вальрасе, теории стоимости, картинках с рынка, а также о вредности политической экономии

«Каждый человек богат или беден в зависимости от того, в какой степени он может пользоваться предметами необходимости, удобства и удовольствия. Но после того как установилось разделение труда, собственным трудом человек может добывать лишь очень небольшую часть этих предметов: значительно большую часть их он должен получать от труда других людей; и он будет богат или беден в зависимости от количества того труда, которым он может распоряжаться или которое он может купить. Поэтому стоимость всякого товара для лица, которое обладает им и имеет в виду не использовать его или лично потребить, а обменять на другие предметы, равна количеству труда, которое он может купить на него или получить в свое распоряжение. Таким образом, труд представляет собою действительное мерило меновой стоимости всех товаров»¹.

Пожалуй, нет ни одного экономиста в мире, кто бы хоть раз не прочитал этих чеканных фраз основоположника современной экономической науки². Поэтому, когда кому-нибудь из их числа придется утвердиться в

¹ Адам Смит. Исследование о природе и причинах богатства народов (Книги I – III). М.: «Наука», 1993, стр.144.

² Советские экономисты здесь не в счет – они читали в университетах лишь Карла Маркса.

гибели трудовой теории стоимости³, ему просто стоит еще раз прильнуть к истокам. Если вы начинаете сомневаться, что «трудовая теория стоимости выполняет свою функцию инструмента анализа» и вас начинает мучить вопрос о том, «каковы те реальные причины, в силу которых она выполняет ее столь плохо»⁴, успокойтесь тем, что в результате естественного развития теории стоимости найдутся способы разрешения возникших противоречий. Или подумайте о том, что, вероятно, вы ничего не поняли в трудовой теории стоимости.

Радикализм выводов последнего корифея классической школы политической экономии Карла Маркса так напугал экономических профессоров, что они все как-то разом бросились опровергать, низвергать и производить новые теории. Дело кончилось даже тем, что сама экономическая наука потеряла свое историческое название и превратилась просто в «economics». Между тем для всякого разумного человека должно быть очевидно: если К.Менгер с Л.Вальрасом ниспровергли Смита и Рикардо, то Эйнштейн уж точно отменил Ньютона и теперь все яблоки прямо с веток улетают в небеса. Тогда нам следовало бы утверждать, что «предметы необходимости, удобства и удовольствия» создаются не человеческим интеллектом и не человеческими руками, а просто падают с неба для удовлетворения последней потребности очередной «предельной полезностью».

При этом, разумеется, совершенно бессмысленно утверждать, будто произошедшие с середины XIX века целый ряд технологических революций, изменивших не только внешние атрибуты, но и само содержание труда, причем не только труд каждого индивида, но и способы общественного разделения труда, может не изменить существенно тенденций, действующих

³ «некорректно называть трудовую теорию стоимости "неправильной". В любом случае она умерла и похоронена» (Й.Шумпетер. Капитал, социализм и демократия. Пер. с англ. М.: «Экономика», стр. 59).

⁴ Там же, стр. 58

в общественном производстве. И, соответственно, эти изменения должны потребовать модификаций и в экономических теориях, эти тенденции объясняющих.

Тем не менее, врядли имеются какие-то существенные причины, по которым экономическому сообществу следует терять здравый смысл. Ведь и в начале XXI века, точно так же, как и в середине XIX-го, «богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как огромное скопление товаров, а отдельный товар – как элементарная форма этого богатства»⁵.

А посему, как это ни банально звучит, наше исследование, как и всегда, начинается анализом товара. Точно также нам придется дать достаточно простое определение товара. Товаром мы назовем продукт труда, который его производитель создал не для собственного потребления, а для потребления других, и который отчуждается производителем путем его обмена на деньги⁶. При этом мы также предполагаем, что данный производитель не изготавливает иных продуктов, кроме товаров.

Последнее утверждение, хотя оно вроде кажется излишним, имеет очень существенное значение. Оно демонстрирует, что мы имеем дело именно с всеобщим товарным производством, в котором все, или, во всяком случае, почти все, производимые трудом продукты, являются товарами. Если же какие-то продукты и производятся для собственного потребления производителей, то их число настолько мало, что этим можно пренебречь (в

⁵ К.Маркс, Ф.Энгельс, Соч., т. 23, стр. 43

⁶ Обычно вначале рассматривают обмен товаров на другие товары – так называемый бартер. Однако в дальнейшем мы покажем, что единственный имманентный способ отчуждения и присвоения товаров в развитом товарном производстве – это обмен товаров на деньги. Поэтому и в данном определении мы сознательно опускаем понятие меновой стоимости, которое обычно используется в качестве совместного определения величины меновой пропорции как при бартерном, так и при денежном обмене, а будем использовать понятие цены товаров, используемое только при обмене товаров на деньги. Тот факт, что Л.Вальрас, например, при рассмотрении бартерного обмена товара на товар использовал понятие «цена», говорит только о небрежном отношении к терминологии.

рамках, как иногда говорят, статистической погрешности). То есть, мы говорим о развитом товарном производстве, когда в продажу поступает не просто избыток какого-то товара, а именно всякий товар.

Если мы приняли предшествующее определение, то перед каждым товаропроизводителем встает непростая задачка – он должен каким-то образом получить нужные ему товары других производителей, причем единственный способ сделать это – отдать тот товар, который он произвел и получить взамен те товары, которые произвели они.

Поэтому первый вопрос, который предстоит решить нашему товаропроизводителю, формулируется так: у кого он может приобрести тот товар, который ему нужен. Впрочем, данная проблема не слишком сложна, поскольку наш производитель достаточно хорошо осведомлен о своих потребностях. Немного усилий, и он находит того производителя, который сделал необходимый товар. Но тут возникает непредвиденная ситуация: оказывается, что тот товар, который произвел наш производитель, не нужен тому, второму производителю. А тот нисколько не желает отдавать товар за просто так.

Но тут о радость! На сцене появляется третий производитель, который нашел нашего, родного, «первого», и заявил, что его товар – это именно то, что ему нужно и что он так долго искал. Но тут же выяснилось, что товар этого «третьего» не нужен нашему «первому».

Здесь наш находчивый товаропроизводитель предложил, чтобы «третий» взял его товар, он, «первый», возьмет товар у «второго», а «третий» передаст свой товар «второму». Тем самым, передав свои товары как бы по кругу, они решат все свои проблемы. Но тут начинает возражать «второй», заявив, что товар «третьего» ему и даром не нужен, а уж тем более он не согласен отдавать за него свое, кровное.

Конечно, заядлый прагматик и постоянный читатель экономических трактатов тут же заявит нам, что нечего огород городить из-за ерунды, а решение задачки простое – ввести деньги, всеобщий эквивалент. Мы с ним, конечно, согласимся, но чуть позже, поскольку наша задача, прежде всего, заключается не в том, чтобы разрешить конфликт, а в том, чтобы понять его природу, его суть. Мы полагаем, что в данном противоречии проявляются некие имманентные свойства товаров, определяющие их природу, а заодно и природу денег.

Оставим пока наших абстрактных фигурантов спорить и искать выход из положения и обратимся к веселой картине того, что обычно называют товарным рынком. Вообще-то, экономическая литература просто кишит различными примерами обменов. Там бойко меняют то холсты на сюртуки, то пшеницу на овес, то сапоги на пироги. Но это все скучно, неинтересно, примерно как наш пример с «первым», «вторым» и «третьим». Хочется чего-то приятного, красочного, с сочными широкими мазками, как на полотнах французских импрессионистов.

Примерно такую картинку мы находим у старого английского социалиста Джона Грея в его «Лекциях о природе и употреблении денег».

«Предположим, - говорит он, обращаясь к неким солидным слушателям политэкономических лекций, - что каждый из находящихся в этом зале господ, действуя единственно и исключительно к своей собственной выгоде, стал производителем какого-нибудь товара и что все мы встречаемся на публичной территории, принося с собой различные продукты наших работ. Совершенно очевидно, что мы направились бы туда в равной мере как для купли, так и для продажи. У одного был бы хлеб, у другого – мясо, у третьего – пиво; у одного было бы сукно, у другого обувь, у третьего – шляпы и т.д. Очевидно, что никто из нас никогда не подумал бы взять какую-либо из этих вещей на рынок без предварительного решения взять соответствующее количество вещей с рынка. Делом каждого здесь был бы обмен избыточного продукта его собственного труда на избыточный продукт труда других людей; но, конечно, в его намерения совсем не входило бы отдавать больше, чем получать. Булочник потребовал бы мяса, напитков и одежды; мясник потребовал бы

хлеба и пищи всякого рода, за исключением той, которой он промышляет; суконщик опять-таки нуждался бы в своей доле товаров мясника и булочника, и отсюда по необходимости должны были бы произойти бесчисленные меновые сделки между людьми, для того, чтобы каждый мог удовлетворить свои потребности»⁷.

В общем, веселая торговля, почти что Сорочинская ярмарка, жаль только Гриць с Оксаною гопака не пляшут. Просто приятно смотреть, как слушатели лекций г-на Грея, ставшие на время рыночными торговцами, совершают свои «бесчисленные меновые сделки» и не знают всех тех сложностей, которые выпали на долю наших «первого», «второго» и «третьего».

Но дело все в том, что при описании того, что представляет собой товарный рынок, мы бездумно последовали за рассуждениями господина Грея и, увлекшись красочностью описаний, невольно ввели и себя, и читателей в большое заблуждение. Мы не учли в полной мере того факта, что перед нами не профессиональные булочники, мясники и шляпники, а слушатели политэкономических лекций, мало знакомые с действительным товарным миром. Можно предположить, что эти господа привыкли наблюдать булки лишь в тот самый момент, когда их вместе с кофе ставит на стол благообразная служанка в тщательно накрахмаленном чепчике, а сюртуки, в лучшем случае, – в одежной лавке. Поэтому-то мы и не обратили внимания на тот факт, *что* конкретно покупает каждый из рыночных торговцев г-на Грея.

И хотя каждый из этих прилежных в учении и весьма достойных людей нацепил фартук и встал за прилавок, взгромоздив на него массу своих товаров, но в душе по-прежнему остался тихим гуманитарием, которому известно, «как государство богатеет и чем живет», но не известно, как делаются булки. Никто, конечно, не требует от него знания каких-то

⁷ Джон Грей. Сочинения., М., Государственное издательство политической литературы, 1955, стр.350-351.

тонкостей булочного производства, но кое-что он, все-таки, должен был бы знать – что булки делаются из муки, и для печи, в которой выпекаются булки, нужен уголь. Поэтому, когда наш булочник-любитель с запасом мяса, шляп, напитков и сюртуков (а что еще нужно праведному экономисту!!!) вышел из ворот рынка, когда он, наконец, съел все полученное мясо, выпил весь запас напитков, износил до дыр шляпы и сюртуки, выяснилось, что новых булок печь не из чего, а значит и продать на рынке нечего, а следовательно новых порций мяса, напитков и шляп с сюртуками достать неоткуда – хоть ложись и помирай.

А все потому, что *не то* купил. Точно также мясник должен был купить корм для скота, шляпник – материал для шляп, портной – сукно, нитки и пуговицы.

Это не значит, что мясо, шляпы и сюртуки не нужны. Нужны, конечно, куда же без них денешься. Но ведь не только...

Во всяком случае, они нужны в таком количестве, чтобы быть сытым и одетым хотя бы до того момента, когда изготовление новой партии булок, шляп или мяса позволит вновь отправиться на рынок.

Здесь надо сделать одно весьма существенное замечание. Любой булочник и любой шляпник двойки по определению. С одной стороны, все они люди со своими слабостями и в качестве таковых обладают потребностями, присущими всем людям. В этом своем качестве они потребляют, а, следовательно, и приобретают на рынке, продукты питания, шляпы, сюртуки, платья для супруги и книжки для детей. А с другой стороны, они представители определенных профессий, производители вполне определенных товаров, и в этом своем качестве они приобретают товары, приспособленные для производства.

Так что наш булочник, действительный булочник, а не слушатель г-на Грея, должен уйти с рынка, увозя с собой, в качестве булочника, весь набор

товаров, необходимых для изготовления новой партии булок – и муку, и уголь для печи, а в качестве представителя рода человеческого – мясо, напитки, шляпу, и все остальное.

2. О потребительных связях

Чтобы показать все это еще более конкретно, представим себе, что Вы, уважаемый читатель, не старомодный булочник, а директор современного чугунолитейного завода. То есть, в рабочее время Вы – директор, а вечером, или в отпуске, Вы просто человек, скажем, Иван Иванович. И хотя директор и Иван Иванович – это одно и то же лицо, но их действия в рабочее и свободное время значительно разнятся.

В рабочее время директор подписывает договора на покупку ресурсов для возглавляемого производства. Он покупает кокс, железную руду, нанимает рабочих-металлургов, а также продает изготавливаемую заводом продукцию – чугун. А вечером, в качестве Ивана Ивановича – покупает колбасу, коньяк и конфеты «Белочка». Вы скажете, что по утрам он также может покупать колбасу и конфеты «Белочка». Может, но только для производственной столовой. Но зато врядли станет покупать коньяк. Мы можем сказать, что сутки Ивана Ивановича делятся на две части. В первой части он – производитель чугуна, а во второй – он воспроизводит самого себя, Ивана Ивановича, т.е. культурно отдыхает, разнообразно потребляет, крепко спит и т.д.

Но теперь обратимся к производственной деятельности Ивана Ивановича. Давайте представим себе на минуту, что в той прекрасной стране, в которой находится чугунолитейный завод, руководимый нашим героем, исчезли деньги⁸. Но наш директор, героически преодолевая временные

⁸ Впрочем, в этой самой стране такое представить как раз не трудно, стоит только вспомнить начало 90-х годов бурного XX века.

трудности, решил, все-таки, приобрести сырье и нанять рабочих.

Сырье, как мы уже говорили, составляют кокс и железная руда.

Так как денег нет, наш директор предлагает шахтерам и рудокопам в обмен несколько болванок замечательного первоклассного чугуна и очень удивляется, когда они отказываются.

Не лучше обстоит дело и с рабочими-металлургами, которые, почему-то, совершенно не желают брать заработную плату чугуном. Если бы наш Иван Иванович был бы, например, директором кондитерской фабрики, то, вероятно, смог бы уговорить рабочих взять хотя бы часть зарплаты конфетами «Белочка», но – не судьба... Хотя и рабочие-кондитеры вряд ли согласились бы питаться исключительно конфетами «Белочка», а их профсоюзным лидерам на встрече с директором кондитерской фабрики пришлось бы вспомнить, что они отчасти хищники.

Не лучше обстоит дело и со сбытом продукции, поскольку сталелитейный завод, ранее приобретавший у директора Ивана Ивановича чугун, вдруг предложил оплатить этот чугун стальным литьем. Но тут уже у нашего директора сдали нервы и он, как говорят, серьезно заболел.

Нам пришло время обратиться вновь к более скучной теме – к нашим абстрактным производителям, которые так и не могут выбраться из клубка противоречий и удовлетворить свои скромные потребности. Попробуем сделать некоторые выводы.

Следует признать что «первый», «второй» и «третий» вступили друг с другом в определенные отношения, причем эти отношения связаны с тем самым свойством производимых ими товаров, которое в теории называется полезностью товара или потребительной стоимостью (или, что то же самое, – потребительной ценностью). И причем, исключительно с потребительной стоимостью, поскольку пока мы еще не сказали ни единого слова о количественной составляющей удовлетворения потребностей наших

производителей. Мы не говорили о том, *сколько* товаров производители должны передать друг другу. Очевидно, что этот вопрос задавать бессмысленно, пока не решен главный – будет ли такая передача вообще произведена, возникнет ли между потребностью и потребительной стоимостью товара та притягательная сила, подобная которой возникает между положительным и отрицательным электрическим зарядом, между магнитом и железом, между мужчиной и женщиной, наконец. Стоит еще раз подчеркнуть, что эта притягательная сила не возникает между товарами как таковыми, а именно между товаром и потребностью. Так мы видели, что такая сила действует между железной рудой как товаром и производителем чугуна, поскольку последний нуждается для своего производства в железной руде. Но она не возникает между железной рудой и чугуном, поскольку производителю железной руды чугун, как правило, не нужен.

Мы также видим, что между потребительными стоимостями и потребностями устанавливаются достаточно жесткие взаимосвязи, которые мы могли бы назвать **потребительной связью**. Если взять все множество потребительных стоимостей и все множество потребностей и рассмотреть их попарно, так, чтобы в каждую пару попала одна потребность и одна потребительная стоимость, то не каждая такая пара будет тем, что мы назвали потребительной связью, а лишь определенные пары. Поскольку товар как предмет потребления с самого своего рождения не представляет потребительной стоимости для того, кто его произвел, а лишь для других, он должен быть своим производителем отчужден, но отчужден не произвольно, а только лишь через объективно существующую потребительную связь. Но если отчуждение товаров происходит на товарном рынке, мы можем описать сам товарный рынок как объективно существующий набор потребительных связей, который определяет, каким образом происходит или, вернее, может происходить отчуждение товаров.

Можно провести определенную аналогию между товарным рынком и шахматной доской. Пока шахматная доска пуста, то это не более чем некий набор черных и белых клеточек. Но как только на ней появляется какая-либо фигура, ситуация меняется и поля шахматной доски устанавливаются друг с другом некие соответствия, некие связи. Если на определенном поле шахматной доски находится конкретная шахматная фигура, то возможная связь между этим полем и всеми другими полями зависит от того, какая именно фигура занимает это поле. Если эта фигура слон, то возможна связь между этим полем и теми полями, которые связаны этим полем диагоналями. Если же эта фигура ладья, то возможна связь со всеми полями, находящимися на одной вертикали или одной горизонтали с занятым фигурой полем. Если же наша фигура – ферзь, то набор потенциальных связей объединяет набор связей, присущих для слона и ладьи вместе. Таким образом, набор связей зависит от тех правил, которые определяют движение данной фигуры, или – от самих свойств фигуры.

И точно также возможные связи между потребностями и потребительными стоимостями прежде всего зависят от того, в каких свойствах проявляется потребительная стоимость. Производитель чугуна покупает кокс потому, что он обладает определенными физическими характеристиками и химическими свойствами, которые необходимы для производства чугуна. Но шахтер, производитель кокса, не покупает чугун именно потому, что чугун в производстве кокса совершенно бесполезен.

Теперь мы можем сделать тот неоспоримый вывод, что наши производители, на самом деле, производят не товары, не потребительные стоимости как таковые, а именно потенциальные потребительные связи. В свойствах производимого товара должны угадываться более или менее отчетливые свойства того потребителя, которому данный товар необходим. Там, где это возможно, установление потребительных связей не следует за моментом изготовления товара, а предшествует ему. Так наш Иван

Иванович, директор чугунолитейного завода, вряд ли станет варить чугун, если на его столе предварительно не появится договор с директором сталелитейного завода о сбыте продукции. Более того: от содержания этого договора может зависеть не только производство чугуна как такового, но и некоторые конкретные свойства данного чугуна. Если, например, потребителями чугуна являются не один, а несколько сталелитейных заводов, причем каждый из них предъявляет к свойствам чугуна своеобразные требования, в соответствующих договорах, естественно, будут отражены эти требования. И это заставит производителя чугуна изготавливать отдельные партии чугуна по особым технологиям, для чего, в частности, в состав чугуна будут введены те или иные добавки. Но тогда он должен предварительно, до начала процесса производства, эти добавки закупить. Следовательно, состав и конкретное содержание потребительных связей каждого производителя, связанных с отчуждением товаров, влияет также и на состав его потребностей.

Можно продемонстрировать значение потребительных связей еще на нескольких простых примерах. Так, производители пищевых продуктов изготавливают свои товары только из тех компонентов, которые могут поддерживать физиологические процессы в организме человека. Попытка изготовить какой-нибудь пищевой продукт, например, из железной стружки, заранее обречена на неудачу, поскольку физиологические свойства человеческого организма такого не позволяют. Но точно также производители продуктов вынуждены учитывать не только физиологию, но и психологию своих потребителей, их исторически выработанные вкусы, национальные традиции и т.п. Очевидно, что производство продуктов питания в Японии и России – это отнюдь не одно и то же.

Другой пример. Предположим, что вы – издатель популярной литературы. Если вы собираетесь продавать новый захватывающий детектив в России, то в любом случае вы будете его печатать на русском языке. Даже

если сам детектив написан на языке суахили, то вам придется его перевести на тот язык, который понятен вашим потребителям. Почему? Да потому, что, производя товар, вы должны учитывать потребности как неотъемлемую часть потребительной связи.

Продукт труда, произведенный вне заданных потребительных связей, не может проявить своих потребительных свойств, следовательно, не может быть товаром. То есть, перефразируя ту цитату из Маркса, которую мы привели в начале анализа товара, мы можем сказать следующее: *богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как огромное скопление товарных потребительных связей, а отдельная товарная потребительная связь – как элементарная форма этого богатства. Наше исследование начинается поэтому анализом товарных потребительных связей.*

3. О потребительных наборах

Теперь мы будем анализировать потребительные связи. Прежде всего, в противовес всему, о чем мы говорили ранее, стоит отметить, что каждая отдельно взятая потребительная связь не имеет никакого существенного значения. Пусть Иван Иванович установил потребительную связь с производителем кокса и закупил определенное количество данного сырья. Но чугун будет изготовлен в том и только в том случае, если Ивану Ивановичу удастся установить такие же связи с производителями железной руды и с рабочими-металлургами. Если он закупит железную руду и наймет рабочих, знающих, как делать чугун, он сможет изготовить свою продукцию. Если же это по каким-то причинам окажется невозможным, установленная потребительная связь с производителем кокса окажется абсолютно бесполезной. Следовательно, для того, чтобы принять решение о закупке кокса, рачительный хозяин, которым, несомненно, является наш Иван Иванович, должен иметь на своем директорском столе не только договор с шахтой, производящей кокс, но также и договор с производителем железной

руды, а также трудовые договора с рабочими-металлургами. Имея все это, Иван Иванович укладывает указанные бумажки в одну стопочку и, разом, с облегчением подписывает – теперь он может быть уверен, что чугун будет произведен.

Но точно также поступает Иван Иванович и тогда, когда вечером покидает свое рабочее место и отправляется отдыхать. Его собственное потребление, внешне состоящее в том, что он в рамках определенных потребительных связей приобретает соответствующие потребительные стоимости, также носит более сложный характер. Он не может, например, приобретать исключительно продукты питания. В придачу к ним он покупает и одежду, и телевизор для приятного досуга. Он готов потратить определенную часть своего драгоценного свободного времени на поход в театр или на выставку искусств. Наконец, ему необходимы платье для жены и книжки для детей. Если же он забудет купить платье для жены, то никакого отдыха, естественно, не будет и завтра ему придется отправляться на работу с основательной головной болью. И он там таких договоров наподписывает, что бедный чугунолитейный завод вздрогнет.

Мы видим, что и в производственном потреблении, и в своем личном потреблении Иван Иванович вынужден приспосабливаться к определенным закономерностям, причем эти закономерности одного и того же свойства. Ибо речь идет не об отдельных потребительных связях, но об определенных наборах потребительных связей, которыми должен обладать каждый производитель. Так в набор потребительных связей производителя чугуна входят кокс, железная руда и рабочие-металлурги. В набор потребительных связей работника как человека входят продукты питания, одежда, телевизор, платье для жены, книжки для детей и прочие потребительные товары. Надо еще сказать и о том, что для человека, который в своей другой, производственной жизни, является также и специалистом в определенной области, необходимы потребительные связи, позволяющие ему выступать в

данной роли. Наш Иван Иванович не может быть директором только потому, что ест колбасу, пьет коньяк и имеет детей. Кроме всего этого он должен обладать некоторыми специальными знаниями и навыками, позволяющими ему быть грамотным директором. Точно также рабочий-металлург отличается от рабочего кондитерской фабрики тем, что обладает определенными навыками и знаниями, позволяющими делать чугун. И рабочий кондитерской фабрики обладает такими же специальными знаниями, но в области изготовления конфет. Объединяет их в этом отношении лишь то, что каждый из них потратил определенное время и усилия на приобретение этих знаний и постоянное поддержание своей квалификации в определенном вопросе. Следовательно, в наборы потребительных связей рабочего металлурга, рабочего кондитерской фабрики и директора Ивана Ивановича входят как общие потребительные связи, так и особые, отличающие их друг от друга.

Но то же самое происходит и в области производства. Так например, все производители, независимо от потребительной стоимости того товара, который они производят, при современном уровне технологии потребляют электрическую энергию. При всем разнообразии количества электричества, потребляемого в производстве каждого особого товара, данный вид энергии входит в каждый набор потребительных связей – и производителя чугуна, и производителя кокса, и производителя стали, и производителя конфет «Белочка».

Следовательно, мы можем говорить о том, что наборы потребительных связей состояются как из потребительных связей, носящих общий, универсальный характер для многих потребителей, так и из особенных потребительных связей, составляющих потребление каждого особого производителя.

4. О потребительных системах, а также о том, откуда проистекает стоимость товаров

И поскольку мы увидели, что потребительные связи на самом деле проявляются не изолированно, а только в составе определенных наборов, то мы в очередной раз модифицируем Марксову цитату: *богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как огромное скопление наборов товарных потребительных связей, а отдельный набор товарных потребительных связей – как элементарная форма этого богатства. Наше исследование начинается поэтому анализом набора товарных потребительных связей.*

Давайте теперь рассмотрим такой набор товарных потребительных связей для производителя автомобилей. Конечно, современный автомобиль – очень сложный продукт, для производства которого требуется множество составляющих. Поэтому мы обратим внимание лишь на некоторые из них, предполагая, впрочем, что для всех остальных потребительных связей производителя автомобилей действуют те же закономерности, какие действуют и для рассмотренных.

Известно, что в автомобиле имеется 1 мотор, 4 колеса, а на каждом колесе – 1 шина. Естественно, производитель автомобиля должен установить потребительные связи с производителем автомобильных моторов, производителем колес и производителем шин, т.е. все эти потребительные связи входят в набор потребительных связей производителя автомобилей.

Теперь посмотрим, что можно сказать о соотношении потребительных связей производителя автомобилей между собой.

Очевидно, что если производитель собирается изготовить 10 автомобилей, то ему следует закупить 10 моторов, 40 колесных дисков и 40 шин. То есть количество закупаемых потребительных стоимостей, необходимых для изготовления одного автомобиля, умножается на некое плановое количество изготавливаемых автомобилей. Мы видим в данном

примере, что потребительные связи имеют не только определенные качественные характеристики, но и количественные. Следовательно, мы, пока еще в самой элементарной и приблизительной форме начинаем знакомиться с такими свойствами товаров, которые классики называли «меновая стоимость». Ибо, как указывал нам Карл Маркс, «как потребительные стоимости товары различаются прежде всего качественно, как меновые стоимости они могут иметь лишь количественные различия, следовательно, не заключают в себе ни одного атома потребительной стоимости»⁹. Мы нащупали, следовательно, тот самый момент, в котором наш анализ самым существенным образом расходится с анализом товара, данным классической политической экономией.

Классики считали, что «потребительные стоимости товаров составляют предмет особой дисциплины – товароведения. Потребительная стоимость осуществляется лишь в пользовании или потреблении. Потребительные стоимости образуют вещественное содержание богатства, какова бы ни была его общественная форма. При той форме общества, которая подлежит нашему рассмотрению, они являются в то же время вещественными носителями меновой стоимости»¹⁰. Следовательно, по логике Маркса, при экономическом анализе процессов производства и обмена мы можем отвлечься от конкретных потребительских форм товаров и исследовать только количественные соотношения, выражаемые меновыми стоимостями. «Если отвлечься от потребительной стоимости товарных тел, то у них остается лишь одно свойство, а именно то, что они – продукты труда»¹¹.

Но весь наш предыдущий анализ, который есть только лишь анализ потребительной стоимости, показывает совершенно обратное: количественные характеристики, количественные соотношения товаров

⁹ К.Маркс, Ф.Энгельс, Соч., т. 23, стр. 46

¹⁰ К.Маркс, Ф.Энгельс, Соч., т. 23, стр. 44

¹¹ К.Маркс, Ф.Энгельс, Соч., т. 23, стр. 46

возникают только тогда, когда мы начинаем исследовать потребительные связи товаров, но не каждый отдельный товар, а именно определенные для каждого отдельного товара наборы потребительных связей. И когда весь товарный мир предстает перед нами не в качестве бесформенного скопления товаров, а в качестве упорядоченной системы взаимодействий между миром товаров и миром потребностей, возникает возможность увидеть тот момент, когда товарный мир обретает не только качественные, но и количественные определения.

Пойдем дальше в наших рассуждениях о производстве автомобилей. Если для производства 10 автомобилей необходимо 10 моторов, 40 колесных дисков и 40 автомобильных шин, то мы можем поставить вопрос и по-другому: если на заводском складе лежат 10 моторов, 40 колесных дисков и 40 автомобильных шин, то какое количество автомобилей может изготовить завод? Ответ, разумеется простой – 10 автомобилей. Для этого мы должны разделить количество каждого из имеющихся ресурсов на количество тех же ресурсов, необходимых для изготовления одного автомобиля. Таким образом мы узнаем количество автомобилей, которые можно изготовить при наличии определенного количества каждого из составляющих. В результате мы узнаем, что при наличии 10 моторов можно изготовить $10 : 1 = 10$ автомобилей. Прделаем то же самое для колесных дисков и получим $40 : 4 = 10$ автомобилей. А теперь то же для автомобильных шин: $40 : 4 = 10$ автомобилей. Сопоставляя все полученные результаты, мы находим ответ на заданный нами вопрос.

А теперь представим себе, что на складе, при прочих равных, находится не 40, а всего лишь тридцать автомобильных шин. Тогда для моторов и колесных дисков расчет будет точно таким же, а вот для шин существенно изменится и составит $30 : 4 = 7,5$ автомобилей.

Но так как половина автомобиля в принципе не может быть названа потребительной стоимостью, то необходимо округлить полученный

результат до целого «вниз». Тогда мы получим, что может быть изготовлено ровно 7 автомобилей. Следовательно, чтобы ответить на заданный вопрос, следует разделить количество каждого из компонентов на количество тех же компонентов, содержащихся в одном изделии, и взять наименьшее значение из полученных отношений. Математически это будет выглядеть так:

$$A = \min\left(\frac{10}{1}; \frac{40}{4}; \frac{30}{4}\right) = 7,5 \approx 7,$$

где A – количество автомобилей, которое будет произведено.

Следующий вопрос, который мы можем себе задать, заключается в том, чтобы определить количество составляющих компонентов, необходимых для производства этих самых 7 автомобилей. Несомненно, мы можем выразить это следующим способом: умножить итоговое количество автомобилей на количество составляющих компонентов, необходимых для изготовления одного автомобиля. Так имеем: $7 \times 1 = 7$ моторов, $7 \times 4 = 28$ колесных дисков и $7 \times 4 = 28$ автомобильных шин.

Тогда действительные отношения пропорциональности при изготовлении автомобилей можно записать так:

$$A = \frac{7}{1} = \frac{28}{4} = \frac{28}{4} = 7.$$

Отсюда же понятно, какие остатки неиспользованных составляющих останутся пропадать на складе после изготовления 7 автомобилей, то есть каковы потери нашего изготовителя автомобилей. На складе останутся лежать $10 - 7 = 3$ мотора, $40 - 28 = 12$ колесных дисков и $30 - 28 = 2$ автомобильные шины.

Из всего вышеизложенного можно сделать определенный вывод о том, что потребительные связи в составе одного набора должны находиться не в произвольных, а вполне определенных количественных соотношениях. Здесь имеется два рода таких соотношений.

Во-первых, имеются структурные соотношения, которые заданы технологией производства каждого отдельного товара. Мы видели, что компоненты, необходимые для производства автомобилей, а именно моторы, колесные диски и автомобильные шины, находятся с друг с другом в соотношении 1 : 4 : 4. И эту зависимость можно изменить только тогда, когда изменится сам производимый товар. Если когда-нибудь начнут производить автомашины с тремя колесами, то мы будем иметь соответствующее соотношение 1 : 3 : 3. Но пока этого не произошло, мы просто вынуждены учитывать сложившиеся реалии и сопровождать каждый закупленный мотор четырьмя колесными дисками и четырьмя шинами.

Во-вторых, имеется закономерность, связывающая количество затраченных потребительных стоимостей с производством конечной продукции. Если выпускается 10 автомобилей, то тратится 10 моторов и соответствующее заданной структуре количество иных компонентов. Если же выпускается 7 автомобилей, то затраты составят 7 моторов, причем соотношение моторов с остальными компонентами также, естественно, останется неизменным.

Поэтому мы вправе говорить уже не о наборе потребительских связей, а о **системе потребительских связей** для каждого производителя. Под системой потребительских связей мы будем понимать такой набор потребительских связей, который определен не только в качественном, но и в количественном отношении, и в котором установлены структурные и количественные отношения между затраченными на производство товара ресурсами и выпуском товара в процессе производства.

А раз так, нам придется еще раз переформулировать Марксово определение богатства. Мы скажем, что богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как огромное скопление систем товарных потребительных связей, а отдельная система товарных потребительных связей – как элементарная форма этого

богатства. Наше исследование начинается поэтому анализом системы товарных потребительных связей.

Разумеется, данная выше трактовка системы потребительных связей является достаточно упрощенной, хотя и демонстрирует сам принцип взаимодействия потребительных связей в процессе производства. Конечно же, не все ресурсы, входящие в процесс производства, соотносятся с результатом производства, как говорят математики, линейно. Давайте рассмотрим производство автомобилей более подробно.

Понятно, что когда мы говорили о том, будто наш автомобильный завод собрался изготовить 10 автомобилей, имелся в виду план производства на определенный период времени. Пусть этот период времени составляет 1 месяц, т.е. в течение 1 месяца завод собирается выпустить 10 автомобилей. Предположим, что производство автомашин осуществляется на одной сборочной линии, состоящей из нескольких технологических операций, причем каждая технологическая операция осуществляется с помощью определенного набора специализированного технологического оборудования, которое может использоваться при осуществлении конкретной технологической операции и не может быть использовано для всех остальных технологических операций. Тогда понятно, что приобретение данного оборудования необходимо и в тех случаях, когда завод планирует собирать 10 автомобилей, и в тех случаях, когда он будет собирать 7 автомобилей. Так как весь набор оборудования задан нам изначально избранной производителем технологией производства, то будем в дальнейшем в качестве производственного ресурса говорить просто о сборочной линии. Тогда при плане в 10 автомобилей структура ресурсов будет выглядеть следующим образом: 10 моторов : 40 колесных дисков : 40 автомобильных шин : 1 технологическая линия. А в случае плана производства, предусматривающего изготовления семи автомобилей, соответствующая структура составит: 7 моторов : 28 колесных дисков : 28

автомобильных шин : 1 технологическая линия. Таким образом видно, что теперь мы не можем определить объем выпускаемой заводом продукции так же, как делали раньше – путем деления количества каждого из затраченных ресурсов на расход ресурса при производстве 1 единицы продукции.

Рассмотрим и другой случай. Предположим, что план производства составит уже 15 автомобилей. Но имеющаяся у нас сборочная линия может изготавливать лишь 10 автомобилей в месяц. Тогда для производства 15 автомобилей в месяц требуется приобрести еще одну линию. Но тогда расход ресурсов будет характеризоваться следующей структурой: 15 моторов : 60 колесных дисков : 60 автомобильных шин : 2 технологические линии.

Приведем самый «крайний» пример. Поскольку автомобильному заводу, как и любому другому, нужен директор, то и на нашем заводе таковой, разумеется, имеется. Но также очевидно, что количество директоров никак не зависит от плана производства. Будет ли наш завод выпускать 10 автомобилей в месяц или 10 000, количество нанятых директоров все равно не изменится – он останется в гордом одиночестве.

Таким образом, мы видим, что соотношение между количеством выпускаемой продукции и количеством затраченных ресурсов, в общем случае, не линейно. Но также несомненно, что данное соотношение отнюдь не является случайным и зависит от технологии производства. То есть, можно установить определенные отношения между структурными и количественными показателями затрат и выпуском продукции, при которых каждому плану производства противостоит заданная технологией каждого отдельного производителя структура затрат.

И, наконец, раз мы обсуждаем проблему трудовой теории стоимости, необходимо отразить вопросы использования труда. Для простоты представим себе, что между объемом производства и расходом ресурсов существует линейная зависимость. Хотя данное предположение и является

упрощением, оно, тем не менее, не влияет на общую значимость выводов. Тогда предположим, что для сборки 1 автомобиля необходимо 160 часов труда. Соответственно структурное соотношение ресурсов будет выглядеть следующим образом: 10 моторов : 40 колесных дисков : 40 автомобильных шин : 1600 часов труда. При плане в 7 автомобилей то же самое соотношение составит 7 моторов : 28 колесных дисков : 28 автомобильных шин : 1120 часов труда. Также очевидно, что при выполнении того или иного плана производства будет затрачено то или иное количество рабочих часов. Таким образом, объем выпуска продукции прямо пропорционально зависит от затраченного рабочего времени. Конечно, точно с таким же правом мы можем утверждать, что объем продукции прямо пропорционально зависит от объема затраченных колес, шин или моторов. Но есть один момент, который позволяет думать, что это соотношение более правильно оценивать именно в рабочих часах. Дело, естественно, в том, что использование автомобильных моторов, шин или колесных дисков имеет вполне понятные ограничения, поскольку используются в качестве ресурса почти исключительно при производстве автомобилей. Во всяком случае, они мало применимы при производстве чугуна, конфет «Белочка», стали и многих других продуктов. Поэтому если встает проблема соизмерения затрат в различных производствах, то наиболее логичным, хотя и не совсем теоретически безупречным, будет именно соотнести их в соответствии с затратами рабочего времени.

Мы видим, что объективные взаимосвязи товаров и потребностей, которые мы назвали потребительными связями, образуют как бы экономический скелет общественного производства и определяет распределение трудовых и материальных ресурсов между сферами производства. Здесь, естественно, прежде всего проявляется разделение труда, присущее любому общественному производству, в том числе и капиталистическому товарному производству. При этом ясно видны

проявления объективной пропорциональности, заданной нам природой и общественными потребностями и действующие в своей основной сущности так же, как они действуют на любом предприятии.

Так как все товары так или иначе, через систему потребительных связей, связаны друг с другом или непосредственно, или опосредованно, через другие потребительные связи, можно говорить о том, что вся экономическая система представляет из себя такую большую систему потребительных связей.

Кстати, интересно отметить, что К.Маркс отрицал такое единство пропорциональности и четко разделял пропорции организации производства внутри каждого хозяйствующего в капиталистическом обществе предприятия, например, мануфактуры, и хаотически развивающиеся отношения за пределами предприятий.

«Можно вообразить, подобно А.Смиту, - писал он в «Капитале», - будто это общественное разделение труда отличается от мануфактурного лишь субъективно, только для наблюдателя, который в мануфактуре одним взглядом охватывает различные частичные работы, объединенные пространственно, тогда как в общественном производстве связь эта затемняется благодаря разбросанности его отдельных отраслей на значительном пространстве и благодаря большому числу рабочих, занятых в каждой отрасли. Но что устанавливает связь между независимыми работами скотовода, кожевника и сапожника? Бытие их продуктов в качестве товаров. Напротив, что характеризует разделение труда в мануфактуре? Тот факт, что здесь частичный рабочий не производит товара. Лишь общий продукт многих частичных рабочих превращается в товар. Разделение труда внутри общества опосредствуется куплей и продажей продуктов различных отраслей труда; связь же между частичными работами внутри мануфактуры опосредствуется продажей различных рабочих сил одному и тому же капиталисту, который употребляет их как комбинированную рабочую силу. Мануфактурное разделение труда предполагает концентрацию средств производства в руках одного капиталиста, общественное разделение труда – раздробление средств производства между многими не зависими друг от друга товаропроизводителями. Если в мануфактуре железный закон количественных отношений или пропорциональности подчиняет определенные рабочие массы

определенным функциям, то на распределение товаропроизводителей и их средств производства между различными общественными отраслями труда оказывает влияние игра случая или произвол. Правда, различные сферы производства постоянно стремятся к равновесию, потому что, с одной стороны, каждый товаропроизводитель должен производить потребительную стоимость, т.е. удовлетворять определенной общественной потребности, - причем размеры этих потребностей качественно различны и различные потребности внутренне связаны между собой в одну естественную систему, - с другой стороны, закон стоимости товаров определяет, какую часть находящегося в его распоряжении рабочего времени общество в состоянии затратить на производство каждого данного вида товара. Однако эта постоянная тенденция различных сфер производства к равновесию является лишь реакцией против постоянного нарушения этого равновесия. Правило, действующее при разделении труда внутри мастерской a priori [заранее] и планомерно, при разделении труда внутри общества, действует лишь a posteriori [задним числом], как внутренняя, слепая естественная необходимость, преодолевающая беспорядочный произвол товаропроизводителей и воспринимаемая только в виде барометрических колебаний рыночных цен. Мануфактурное разделение труда предполагает безусловную власть капиталиста над людьми, которые образуют простые звенья принадлежащего ему совокупного механизма; общественное разделение труда противопоставляет друг другу независимых товаропроизводителей, не признающих никакого иного приоритета, кроме конкуренции, кроме того принуждения, которое является результатом борьбы их взаимных интересов – подобно тому как в мире животных *bellum omnium contra omnes*¹² есть в большей или меньшей степени условие существования всех видов»¹³.

Мы нарочно привели здесь столь обширную цитату, чтобы продемонстрировать присущий К.Марксу, да и не только ему, взгляд на товарную экономику как на хаотическое столкновение интересов, порождающее практически ничем не ограниченную конкуренцию товаропроизводителей, описание которой допускает даже использование военных терминов. Думается, что здесь кроется одна из его фундаментальных ошибок, вызванная как особенностями определенного

¹² война всех против всех.

¹³ К.Маркс, Ф.Энгельс, Соч., т. 23, стр. 367-369

исторического периода, так и излишним полемическим запалом. На самом деле, естественные взаимосвязи товаропроизводителей делают самого бессовестного капиталиста лишь относительно свободным. Если бы, например, владелец ткацкой мануфактуры вздумал бы, польстившись на низкие цены, приобретать в качестве сырья для своей фабрики овес или пшеницу, то он перестал бы быть хозяином такой мануфактуры ровно в тот момент, как только исчерпал бы последнюю партию сырья, приобретенную ранее. Если он точно также приобрел бы сырья больше, чем могут в течение очень длительного периода переработать его рабочие, то он также понес бы значительные убытки, усугубленные затратами на хранение сырья. Так что капиталист, если он желает оставаться капиталистом, свободен в своих действиях точно в такой же степени, в какой свободен при капитализме и наемный рабочий: если последний хочет есть, то должен «абсолютно свободно» наниматься на работу, а если не хочет работать, то может и не есть.

«Железный закон пропорциональности», который, по мнению К.Маркса, действует в пределах мануфактуры или фабрики, точно также, только в другой форме, действует и в отношениях между отдельными товаропроизводителями. Только если в пределах своего предприятия капиталисту или его управляющему для приведения в действие этого закона достаточно проявить административное рвение и организаторские способности, то за пределами фабрики действует механизм купли-продажи.

Но точно так же, как не видел этих «железных законов» основоположник научного коммунизма, также и не желают их видеть современные ревнители государственного вмешательства в экономику, которые считают, что без государева регулирования господина капиталисты друг другу глотку перегрызут и страну, заодно, по миру пустят. Но, несмотря на общепризнанность нехороших последствий капиталистической конкуренции, значение ее сильно преувеличивается, ибо товарное

производство суть не только непрерывная конкуренция, но и столь же непрерывное сотрудничество и взаимодействие товаропроизводителей, вынуждающее их постоянно идти на необходимые компромиссы друг с другом, устанавливая тем самым общественно необходимые пропорции в распределении нужных для производства ресурсов. Но поскольку эти компромиссы не устанавливаются сами по себе, по мере улучшения сознательности, культуры или нравственности, а являются, в значительной мере, проявлением «железных законов», то проблема здесь может решиться быстрее, чем в случае по большей части неэффективного государственного вмешательства.

Если бы за воротами капиталистической фабрики бушевал полнейший хаос, война всех против всех, то, действительно, наилучшим выходом для общества был бы полнейший коммунизм, который один только и мог бы осуществить, в полном соответствии с уставом ООН, «принуждение к миру». Именно этот рецепт обуздания безобразия и предлагает К.Маркс.

«Поэтому, - говорит он далее, - буржуазное сознание, которым мануфактурное разделение труда, пожизненное прикрепление работника к какой-нибудь одной операции и безусловное подчинение капиталу частичного рабочего прославляется как организация труда, повышающая его производительную силу, - это же самое буржуазное сознание с одинаковой горячностью поносит всякий сознательный общественный контроль и регулирование общественного процесса производства как покушение на неприкосновенные права собственности, свободы и самоопределяющегося «гения» индивидуального капиталиста»¹⁴.

Впрочем, возможно в такой гнев классика ввело само «буржуазное сознание», которое, не подумав, возжелало свободы и прав собственности, когда упирать надо было на отсутствие всякой свободы, относительность всякой собственности и горькую долю бедного фабриканта, задавленного «железной» необходимостью.

¹⁴ К.Маркс, Ф.Энгельс, Соч., т. 23, стр. 369

5. О воспроизводстве

Теперь, когда мы вкратце рассмотрели закономерности, возникающие в процессе производства, нам проще анализировать взаимоотношения производителей между собой, поскольку мы, собственно говоря, выяснили, откуда проистекают потребности. Во всяком случае, мы точно видим, что потребности производителей зависят от тех пропорций, которые складываются между ресурсами в процессе производства. Действительно, если директор автомобильного завода знает, из каких составляющих изготавливается его продукция и в каких количественных соотношениях эти составляющие находятся друг с другом, а также, представив себе план производства автомобилей, соответствующим образом строит систему потребительных связей своего предприятия, то тем самым он точно устанавливает, что и в каких количествах его предприятие должно потребить в качестве ресурсов. И точно таким же образом поступают и другие производители. В результате, путем суммирования потребностей всех производителей, мы получаем значение общественных потребностей. Единственная, но самая важная проблема, которая здесь возникает, заключается в том, что каждый производитель планирует систему своих потребительных планов совершенно самостоятельно и независимо друг от друга. Так, например, когда на автомобильном заводе решили выпускать 10 автомобилей в месяц, никто до конца не может быть уверен в том, что шинный завод выпустит именно 40 автомобильных покрышек для колес. Конечно, здесь на помощь должен прийти опыт их взаимодействия, который показывает каждому из них, сколько шин выпускалось в прошлом месяце или какой спрос на шины предъявлял в том же прошлом месяце автомобильный завод. Это точно такой же опыт, на основании которого домохозяйка продиктовала г-ну Бем-Баверку научный труд о предельной полезности. Но ведь под луной ничего не вечно. Вполне возможны самые различные обстоятельства, которые заставят того или иного экономического субъекта изменить привычное для всех поведение.

Но также понятно, что такие изменения касаются не только данного субъекта, но многих субъектов, связанных с ним потребительными связями. Но и не только их. Мы уже видели случай, когда на складе автомобильного завода оказался недостаток шин, который автоматически привел к избытку других компонентов выпускаемого продукта. А теперь представим себе, что этот недостаток возник по причине недопоставок с шинного завода, а директор автомобильного, осознав опасность излишних затрат на закупку других составляющих автомобиля, снижает в соответствующих пропорциях спрос своего предприятия на колеса и моторы. А это значит, что снизится также спрос моторного завода на сталь, из которой делаются детали моторов. Так что вскоре процесс дойдет и до чугунолитейного завода Ивана Ивановича, а дальше и до шахтеров с рудокопами. Одновременно, сократится спрос всех этих производителей на труд, а следовательно, вскорости снизится спрос даже на конфеты «Белочка»!

Но примерно такие же процессы могут произойти, если производитель автомашин решит, наоборот, увеличить свое производство. Тогда, прежде всего, на рынке должно увеличиться количество компонентов автомобиля, т.е. больше моторов, больше шин, больше колесных дисков, причем это увеличение компонентов должно произойти в определенных пропорциях. Если количество колес выросло на 10%, то и количество шин и моторов также должно вырасти не менее чем на 10%. Ведь только при таких условиях производство автомобилей может увеличиться на те же 10%.

Каким образом происходят процессы, вызывающие изменения в устоявшихся экономических пропорциях – одна из самых больших загадок экономической науки. Во всяком случае можно назвать множество причин, способных заставить столь большую и неповоротливую систему, как экономическая, постоянно находиться в движении и видоизменении. Такими причинами могут быть изменения в технологии, истощение тех или иных

природных ресурсов, что потребует их замещения какими-то другими ресурсами, изменение численности и состава населения, что повлечет модификации в потребительском спросе, а также войны, природные катастрофы – словом все, что юристы описывают красивым словом «форс-мажор». Хотя, разумеется, на форс-мажор все списать не удастся и люди вынуждены иногда признавать и собственные ошибки, прежде всего ошибки в управлении.

Сейчас для нас несомненным является одно – такие изменения возможны и любая экономическая система, в том числе и система, основанная на товарном производстве, вырабатывает определенные механизмы, позволяющие к таким изменениям приспосабливаться. Во всяком случае уже сейчас мы можем сказать, что если бы такая экономическая система не могла бы приспосабливаться к таким изменениям, она давно бы разрушилась и прекратила бы свое существование.

Следовательно, первый вопрос, который мы должны себе задать, каковы вообще условия существования экономической системы?

Впрочем, ответ на него уже в определенной степени задан нашим предыдущим анализом. Экономическая система существует, пока в экономике постоянно производятся все необходимые ресурсы, поддерживаются определенные пропорции между ресурсами поступающими в производство и если эффективно действует механизм, позволяющий в необходимых случаях достаточно быстро и безболезненно, без существенной потери ресурсов, изменять эти пропорции и приспосабливаться к новым пропорциям. В конце концов, можно сказать, что экономическая система существует, пока обеспечивается **воспроизводство**.

Когда всевозможные «новые теоретики», которых немало появлялось с момента издания «Капитала» говорят о смерти классической экономической школы, трудовой теории стоимости, то ничего кроме смеха это не вызывает. На все эти рассуждения в свое время ответил сам Маркс, причем так, что

никаких добавлений уже не требуется. Нам остается лишь процитировать его письмо к Л.Кугельману, написанному в 1868 году, где он излагает свое мнение по поводу полемики, возникшей после выхода его книги. Это объяснение столь важно, что нам придется привести здесь изряднейший кусок этого эпистолярного произведения.

«Что касается «Centralblatt» - пишет Маркс, - то автор статьи полагает, что делает мне огромную уступку, допуская, что если вообще придавать какой-нибудь смысл понятию стоимости, то неизбежно приходится согласиться с моими выводами. Несчастный не видит, что если бы в моей книге и вовсе не было главы о «стоимости», то анализ реальных отношений, который я даю, все равно содержал бы в себе доказательство и подтверждение действительного отношения стоимости. Болтовня о необходимости доказать понятие стоимости покоится лишь на полнейшем невежестве как в отношении того предмета, о котором идет речь, так и в отношении метода науки. Всякий ребенок знает, что каждая нация погибла бы, если бы она приостановила работу не то что на год, а хотя бы на несколько недель. Точно также известно всем, что для соответствующих различным массам потребностей масс продуктов требуются различные и количественно определенные массы общественного совокупного труда. Очевидно само собой, что эта *необходимость распределения*¹⁵ общественного труда в определенных пропорциях никоим образом не может быть уничтожена *определенной формой* общественного производства, - измениться может лишь форма *ее проявления*. Законы природы вообще не могут быть уничтожены. Измениться, в зависимости от исторически различных состояний общества, может лишь *форма*, в которых эти законы прокладывают себе путь. А форма, в которой прокладывает себе путь это пропорциональное распределение труда, при том состоянии общества, когда связь общественного труда существует в виде *частного обмена* индивидуальных продуктов труда, - эта форма и есть *меновая стоимость* этих продуктов.

Задача науки состоит именно в том, чтобы раскрыть, как закон стоимости прокладывает себе путь. Следовательно, если бы захотели сразу «объяснить» все явления, кажущиеся противоречащими закону, то пришлось бы дать науку *раньше науки*¹⁶.

¹⁵ Здесь и далее курсив К.Маркса.

¹⁶ К.Маркс, Ф.Энгельс, Соч., т. 32, стр. 460-461.

Если не придавать большого значения отсутствию некоторой сдержанности выражений, свойственной вообще-то данному классическому, то мысль его достаточно ясна. Критики Маркса не поняли главного методологического момента всей классической политэкономии, в каком бы облике эта последняя себя не проявляла. Этот момент состоит отнюдь не в определении стоимости и отнюдь не в законе движения цен, которые, при всей значимости этой проблемы, играют все же подчиненную роль. Основное отношение, которое исследовали классики, начиная с Франсуа Кенэ, – это постоянное воспроизводство товарных отношений¹⁷.

«К цели, - говорил Ф. Кенэ, - можно прийти, только идя простым путем и следуя физическому порядку вещей, переходя от причин к следствиям, оставляя в стороне результаты нерегулярного вмешательства политической власти, потому что мы ищем лишь простейшую правду путем ясного изображения всех частей экономического целого. Прежде всего нужно ознакомиться с ходом механизма воспроизводства. Дело идет о необходимости разобрать его и выяснить его организацию посредством установления анатомии всех его частей в их взаимодействии, их связи и результата их совместного действия»¹⁸.

И далее Кенэ показывает, каким образом общая идея воспроизводства обеспечивает анализ конкретных экономических категорий.

«Издержки, - говорит он, - делятся на различные группы, которые все имеют тенденцию привлекать к себе наибольшую часть доходов или даже все доходы целиком. Вся экономическая наука сводится к умению направить их на максимально возможное воспроизводство посредством изучения физических законов, обеспечивающих человеческому обществу восстановление и повторение издержек. Для разрешения этой простой, но тонкой и обязательной задачи, необходимо выяснить природу издержек и в особенности их взаимоотношения»¹⁹.

¹⁷ Стоимость здесь возникает как следствие законов воспроизводства, а также как инструмент, обеспечивающий реализацию этих законов.

¹⁸ Франсуа Кенэ. Избранные экономические произведения, стр.281-282

¹⁹ Там же, стр. 282.

Когда А.Маршалл говорит, что «их (физиократов. – М.Э.) деятельность представляла лишь небольшую непосредственную ценность»²⁰, то доказывает лишь то, что он ничего не понял и ничему не научился. Когда Й.Шумпетер при анализе и критике теории Маркса, лишь походя замечает, что «у Кенэ Маркс взял свою фундаментальную концепцию экономического процесса в целом»²¹, говорит только об уровне критики.

Может показаться, что речь идет о каком-то общем принципе, который имеет место, но не относится к конкретной повседневной действительности. Это отнюдь не так. С явлением воспроизводства мы встречаемся каждый день и каждый день, порой не отдавая себе отчета в цели своих действий, осуществляем воспроизводство и себя как трудящегося субъекта, и того производства, того бизнеса, которым занимаемся и за счет которого живем.

Но столь же очевидно, что индивидуальные процессы воспроизводства складываются в единую систему общественного воспроизводства, которая диктует обществу и ассортимент продуктов, которое оно вынуждено производить, и систему разделения труда, с помощью которой оно это производство осуществляет. Если обществу нужна сталь, то тем самым оно вынуждено производить чугуна, а значит – добывать железную руду и кокс. Если ему нужно определенное количество стали, то и чугуна, и железная руда, и кокс также должны производиться в определенных количествах.

Когда необходимые пропорции нарушаются, воспроизводственный процесс начинает давать разнообразные сбои. Если почему-то сократилось производство чугуна, то следом уменьшится и производство стали. Если бы обществу вдруг вздумалось использовать все имеющиеся ресурсы только для

²⁰ А.Маршалл. Принципы политической экономии, т.III, стр.188

²¹ Шумпетер, Капитализм, социализм и демократия, стр.56. Сколь мало Шумпетер понимал истинные начала классической экономической науки ясно хотя бы из того, в своем труде по истории экономического анализа, а разделе, посвященном физиократам, он посвятил достаточно много места изложению всяких достаточно второстепенных вопросов, но ни словом не упомянул о главном – об открытии Ф.Кенэ процесса воспроизводства, с чего, собственно говоря, и началась экономическая наука.

производства какого-то одного товара, например, хлеба, и прекратить производство всех остальных товаров, то мы лишились бы, например, одежды и вскоре все вымерзли, а следовательно – прекратилось бы и изготовление всех остальных товаров.

Таким образом, законы воспроизводства управляют необходимым разнообразием товаров, которые требуется выпускать.

Если мы, наконец-то, зададимся вопросом, что такое «полезность» производимых товаров, то теперь мы можем ответить так же определенно – это возможность использовать данный товар в качестве ресурса в одном или нескольких процессах воспроизводства. Если мы попытаемся определить, что есть спрос на товар, то ответ будет практически таким же: это необходимое для общественного воспроизводства количество данного товара.

Другое дело, что все мы люди, а людям свойственен определенный субъективизм. Поэтому спрос как субъективное восприятие воспроизводственных процессов может в те или иные моменты времени отличаться от его объективного, заданного пропорциями производства, значениями. Поэтому нам иногда кажется, что спрос определяется исключительно субъективными причинами и находятся даже оригиналы, которые эти субъективные представления ставят в основание научных знаний о законах функционирования экономики. Конечно, человеческий разум позволяет себе иногда манкировать естественными законами, но счастливы те, кому доведется не дожить до того момента, когда природа «примет» свои ответные меры.

Экономическая система, несомненно, отличается тем, что воспринимает собственное воспроизводство в качестве цели своего существования. Причем, это касается как системы в целом, так и отдельных ее частей. Если мы говорим, что общество управляется некими объективными законами, то это именно законы воспроизводства. Говоря об

экономических законах, мы имеем в виду раскрытие того, как общество обеспечивает собственное воспроизводство в неких конкретных исторических условиях. А говоря о производительных силах, о материальной базе всего общественного организма, мы прежде всего имеем в виду, каким способом люди обеспечивают воспроизводство потребительных стоимостей.

Об этом, применительно к товарному производству, мы и будем говорить в следующей главе.