
Опыт IV. Образование цены в потребительном контуре

1. Об образовании цены товара в пропорциональном потребительном контуре – первый вариант 2
2. Об образовании цены товара в пропорциональном потребительном контуре – второй вариант 13

В этой главе мы рассмотрим отношения, возникающие внутри каждого отдельного потребительного контура. Прежде всего нас будет интересовать, каким образом в каждом потребительном контуре происходит ценообразование. Так как мы изучаем отдельный потребительный контур, то, естественно, не можем знать, каким образом сложились цены в остальных потребительных контурах и, естественно, вынуждены принимать их как данность.

Но чтобы изучение прошло более эффективно, воспользуемся ценным советом маститого. «Что касается языка, – учил нас Леон Вальрас, – то зачем упрямяться и объяснять с трудом и весьма некорректно, как это часто делал Рикардо, как это на каждом шагу делает Джон Стюарт Милль в своих «Принципах политической экономии», пользуясь лишь обычным языком, вещи, которые на языке математики могут быть выражены значительно меньшим количеством слов, намного более точным и ясным образом?»¹.

И чтобы (не дай бог!!!) не уподобиться Рикардо или Джону Стюарту, применим немного математики. Хотя живость изложения от этого весьма пострадает.

В этот момент необходимо признать, что математика – весьма полезная наука, хотя и не всемогущая. Только лишь гений Леона Вальраса оказался способен, изучая математическое выражение обмена пшеницы на овес, вывести оттуда отношения равновесия целой экономики, найти формулу

¹ Леон Вальрас. Элементы чистой политической экономии или Теория общественного богатства, М.: Изограф, 2000, стр. 24

функции спроса и совершить еще много чего геркулесоподобного. Но мы сразу же вынуждены предупредить читателя, что никаких особенных чудес не будет. Изучая некий частный экономический феномен, которым, несомненно, является отдельный потребительный контур, можно лишь слегка обозначить возникающие в экономике закономерности. Но хотя сведения, которые мы можем почерпнуть из такого анализа, не будут всеобъемлющими, но все-таки, в определенном смысле, полезными.

Мы уже видели, что любой потребительный контур воплощает в себе оба «железных» закона рыночной экономики – закон пропорциональности и закон воспроизводства. Но каждый потребитель, чтобы реализовать эти законы, вынужден вступать в отношения с иными потребительными контурами, которые, впрочем, действуют в соответствие с теми же самыми правилами, которые мы только что описали. Чтобы понять, каким образом эти законы, как сказал бы Карл Маркс, «прокладывают себе путь», мы изобразим математически, каким образом вычисляется цена товара в пропорциональном потребительном контуре, а в следующей главе посмотрим, как эта цена зависит от закономерностей, возникающих в других потребительных контурах. Математика же позволит нам не гадать, как происходит ценообразование, а попросту вывести соответствующую формулу цены.

1. Об образовании цены товара в пропорциональном потребительном контуре – первый вариант

Пусть в некоторый момент времени t в некоем потребительном контуре произведено определенное количество товара Y^t . После этого данная продукция продается по цене p_y^t . И таким образом в руках у нашего производителя оказывается некоторое количество денег D^t , которое используется в дальнейшем для приобретения ресурсов для нового производства.

Но уже в следующий период времени $t+1$ производитель приобретает ресурсы в количествах, выраженных вектором $X^{t+1} = (X_1^{t+1}; X_2^{t+1}; \dots; X_n^{t+1})$ и по ценам, выраженным вектором $q^{t+1} = (q_1^{t+1}; q_2^{t+1}; \dots; q_n^{t+1})$.

Введем еще несколько определений.

Технология производства товара задана технологическим вектором $c = (c_1; c_2; \dots; c_n)$, каждый элемент которого отражает количество соответствующего ресурса, который необходимо израсходовать для изготовления 1 единицы товара Y . Мы будем считать, что технология производства постоянна, т.е. не изменяется с течением времени.

Будем считать также, что ресурсов закуплено ровно столько, сколько нужно в следующий момент времени $t+2$ для изготовления запланированного количества товара, т.е. выполняется требование пропорциональности, определяемое следующим образом:

$$Y^{t+2} = \frac{X_1^{t+1}}{c_1} = \frac{X_2^{t+1}}{c_2} = \dots = \frac{X_n^{t+1}}{c_n}$$

Тогда для начала запишем стоимостной баланс потребительного контура:

$$D^t = p_y^t Y^t = \sum_{i=1}^n q_i^{t+1} X_i^{t+1}.$$

В этом выражении записано, очевидно, то, что все деньги, полученные от продажи товара, тратятся в потребительном контуре на закупку ресурсов для воспроизводства.

Из выражения пропорциональности вытекает, что количество любого приобретаемого i -го ресурса определяется следующим образом:

$$X_i^{t+1} = c_i Y^{t+2}$$

Теперь, очевидно, мы можем переписать выражение стоимостного баланса следующим образом:

$$D^t = p_y^t Y^t = Y^{t+2} \sum_{i=1}^n c_i q_i^{t+1}.$$

Такая форма стоимостного баланса позволяет нам определить важный показатель, который мы будем называть **удельными издержками производства**. Этот показатель показывает нам количество денег, которое необходимо затратить на покупку ресурсов, необходимых для производства 1 единицы товара. Естественно, этот показатель зависит от технологии производства и цен на ресурсы и равен:

$$e^{t+1} = \sum_{i=1}^n c_i q_i^{t+1}.$$

То есть, запишем следующее:

$$D^t = p_y^t Y^t = e^{t+1} Y^{t+2}.$$

Теперь можно определить и цену, по которой был продан имевшийся у нас изначально в распоряжении товар:

$$p_y^t = \frac{D^t}{Y^t} = e^{t+1} \times \frac{Y^{t+2}}{Y^t}$$

Теперь введем понятие темпа роста производства товара, или попросту темпа роста. Таким термином мы обозначим следующую величину:

$$\alpha_y^{t+2} = \frac{Y^{t+2} - Y^t}{Y^t}.$$

Отсюда следует, что выполняется такое соотношение:

$$Y^{t+2} = (\alpha_y^{t+2} + 1) Y^t.$$

Теперь мы можем, учитывая определения удельных издержек и темпов роста, выписать соотношения для цены несколько иначе:

$$p_y^t = \frac{D^t}{Y^t} = (\alpha_y^{t+2} + 1) e^{t+1}.$$

Собственно говоря, формулой цены мы будем считать следующее соотношение:

$$p_y^t = (\alpha_y^{t+2} + 1)e_y^{t+1}.$$

Давайте разберем, что же оно нам показывает.

Тот факт, что цена товара некоторым образом зависит от издержек производства, давно установлен экономической наукой. Действительно, нельзя не учитывать того факта, что производитель при производстве товара делает определенные затраты, причем выражает эти затраты в деньгах. Последнее обстоятельство связано с тем, что все ресурсы, необходимые для производства товара, приобретаются на деньги. Итак, мы затратили определенное количество денег и приобрели ресурсы. Как мы уже говорили, сумма денег, затраченная на приобретение ресурсов, и есть издержки производства данного товара.

Потом мы из этих ресурсов производим товар и продаем его по определенной цене. Из чего складывается эта цена? Обычная схема ценообразования заключается в том, что берутся удельные издержки производства и к ним прибавляется некоторая сумма, которую можно назвать удельной прибылью, под которой понимается разность между ценой товара и удельными издержками. Или можно удельные издержки умножить на некий коэффициент, называемый нормой прибыли, которым и определяются удельная прибыль.

Пусть $u_y^t + 1$ - норма прибыли. Тогда, по этой схеме, цена определилась бы следующим образом:

$$p_y^t = (u_y^t + 1)e_y^{t-1},$$

где e_y^{t-1} – удельные издержки производства, которые потребительный контур понес в период времени, непосредственно предшествовавший моменту производства товара.

Впрочем, здесь возникает естественный вопрос, откуда производители берут эту самую норму прибыли. Вопрос это темный, обычно определяемый самым надежным способом – «методом научного тыка». В достопамятные времена развитого социализма, например, такой коэффициент устанавливался солидной инструкцией, утвержденной каким-нибудь солидным министерством, которое, в свою очередь, пользовалось исследованиями какого-то солидного отраслевого научного центра.

Мы, однако, получили несколько иной результат, не укладывающийся в привычную схему. Прежде всего странность полученного результата заключается в том, что цена p_y^t определяется удельными издержками e_y^{t+1} , т.е. издержками, которые реально возникнут только тогда когда товар по этой цене уже будет продан. Действительно, мы определяем цену в момент времени t , тогда как издержки возникнут только в момент времени $t+1$. По отношению к моменту определения цены их можно назвать **будущими издержками**. В момент, когда мы определяем цену мы не можем достоверно знать эти самые будущие издержки – мы их можем только планировать, естественно, с вероятностью ошибиться. В этом смысле данную величину можно также назвать **плановыми издержками**. Еще вернее, поскольку цены на ресурсы, зависят не столько от нашего производителя, сколько от производителя ресурсов, то мы можем говорить о **прогнозируемых издержках**.

Приведем один гипотетический практический случай. Предположим, что некий производитель приобрел сырье для производства своего товара. Например, наш директор чугунолитейного завода Иван Иванович купил некоторое количество железной руды. Пусть также по неизвестным причинам он не пустил эту руду немедленно в производство, а несколько месяцев хранил на складе. Но к тому моменту, когда Иван Иванович решился наконец изготовить из этой руды чугун, цена железной руды на рынке выросла в два раза. Возникает вопрос, по какой цене включать стоимость

этой руды в издержки производства. Вообще-то, такой вопрос не надо было бы даже задавать, поскольку ответ очевиден: естественно, по новой, более высокой цене. Это знает любой более или менее грамотный экономист. Если бы автору этих строк не приходилось сталкиваться со случаями, когда менее грамотные экономисты пытались в похожих ситуациях вспоминать, сколько было реально уплачено за сырье в момент покупки, то об этом не стоило бы и говорить. Очевидно, что дело здесь исключительно в том, что этих людей соответствующим образом учили. Но почему правильно исчислять издержки, исходя из новой цены? Да именно потому, что после продажи продукции, изготовленной из этого сырья, новую партию ресурсов, той же железной руды, мы сможем купить именно по новым ценам. Если мы не учтем этой закономерности, то за вырученные от продажи чугуна деньги мы купим меньшее количество железной руды, чем нами было потрачено на его изготовление, а, следовательно, в следующий период времени объем производства чугуна уменьшится.

С другой стороны, эти плановые издержки умножаются в полученной нами формуле на плановые темпы роста производства $\alpha_y^{t+2} + 1$. И точно также как и в случае с будущими издержками, мы имеем здесь дело с темпами роста, которые еще не осуществились, т.е. **будущими темпами роста**.

Итак, что же нужно производителю, чтобы правильно определить цену? Нужно правильно прогнозировать издержки и определить плановый темп роста производства. То есть, необходимо предположить, какими будут условия воспроизводства товара. Если говорить о том, что в каждом потребительном контуре осуществляется именно процесс воспроизводства, то экономический смысл цены в том и заключается, чтобы обеспечить воспроизводство товара с нужными темпами роста.

Для того, чтобы понять сущность нашего метода ценообразования, необходимо понять, что путем назначения цены производитель определяет, сколько денег придет в потребительный контур после продажи товара, то есть:

$$D^t = p_y^t Y^t.$$

Так как объем производства в момент времени t задан нам изначально и в этом смысле является константой, то количество денег, которое получит наш потребительный контур целиком зависит от цены. Чем больше цена, тем большим будет это количество денег.

Но деньги нужны нам не сами по себе. Они, как мы говорили, не являются потребительными стоимостями и не могут быть потреблены. Они нужны нам для того, чтобы удовлетворить потребности в ресурсах для следующего цикла воспроизводства. Причем, не просто воспроизводства, а именно с тем темпом роста, который мы запланировали. Если запланированы темпы роста $\alpha_y^{t+2} + 1$ и нам уже известна та сумма денег, которую мы получим, назначив определенную цену на товар, то такие темпы роста мы можем обеспечить следующим образом:

$$\alpha_y^{t+2} + 1 = \frac{D^t}{e_y^{t+1} Y^t}.$$

Это означает, что чем больше будущие удельные издержки при заданной величине денежных доходов, тем меньше темпы роста, которые мы можем обеспечить. Почему это так – понятно. В издержках содержится величина стоимости потребляемых ресурсов. Чем больше общая стоимость ресурсов, тем меньшее количество ресурсов мы можем купить, а следовательно, тем меньше продукции мы можем из этих ресурсов изготовить. И наоборот, чем дешевле ресурсы, тем больше мы можем на имеющиеся деньги купить ресурсов, а следовательно, тем больше мы можем увеличить темпы роста.

Тем самым мы доказали, что все условия воспроизводства зависят от наличия денег в потребительном контуре, а следовательно – от цены товара, обеспечивающей приход этого количества денег.

Но верно и обратное – чтобы обеспечить условия воспроизводства, необходимо определить цену с учетом данных условий, т.е. в момент назначения цены спрогнозировать необходимые условия воспроизводства – будущие удельные издержки и будущие темпы роста.

Теперь мы можем определить, от чего зависит норма прибыли. Для этого сопоставим между собой оба метода ценообразования и получим:

$$p_y^t = (u_y^t + 1)e_y^{t-1} = (\alpha_y^{t+2} + 1)e_y^{t+1}.$$

Отсюда имеем:

$$u_y^t + 1 = (\alpha_y^{t+2} + 1) \times \frac{e_y^{t+1}}{e_y^{t-1}}.$$

То есть получаем, что величина прибыли должна быть такой, чтобы она могла покрыть собой будущий рост производства, а также сдерживающее этот рост увеличение издержек производства.

Мы покажем чуть дальше более обстоятельно процесс возникновения прибыли, а сейчас затронем иные проблемы.

Может показаться, что полученная нами формула не укладывается в представления о стоимости товаров, которые создала классическая политическая экономия. Однако представляется, что это совершенно не так. Для демонстрации данного утверждения давайте остановимся на определении стоимости, данным Адамом Смитом. Представляется, что оно в своих общих чертах соответствует той формуле, которую мы вывели, а эта формула более отчетливо и математически более точно выражает данное А.Смитом определение.

Еще раз процитируем отрывок из «Богатства народов», который мы уже ранее приводили.

«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»².

Давайте присмотримся к определению стоимости, данному А.Смитом повнимательнее и сравним его с процессами, происходящими в потребительном контуре. А.Смит под стоимостью товара понимает количество труда, которое получает человек в обмен на продукт своего труда. Но из чего складывается это количество труда и в чем оно выражается? Совершенно очевидно, что тот труд, который получает человек от других людей, получает свое внешнее воплощение в тех продуктах труда других людей, которые использует человек в процессе воспроизводства. Если сопоставить схему А.Смита со схемой потребительного контура, то мы увидим практически полную аналогию. Труд самого человека здесь соответствует продукту, который производит и продает за деньги потребительный контур, а труд других людей, который он получает взамен, это ресурсы, которые он на эти деньги приобретает.

В любом производстве используются ресурсы двух типов. Во-первых, это так называемый «живой труд», т.е. непосредственно используемый труд

² Адам Смит. Исследование о природе и причинах богатства народов (Книги I – III). М.: «Наука», 1993, стр.144.

людей, а, во-вторых, различные материальные ресурсы, которые, естественно, берутся не из пустоты, а также являются продуктами человеческого труда. Можно понимать под словом «труд» только непосредственно используемый в данном конкретном процессе производства труд, т.е. только «живой труд». А можно понимать под «трудом» здесь нечто более широкое, т.е. общее количество труда, в т.ч. и то количество труда, которое овеществлено ранее в материальных ресурсах. Если мы имеем в виду именно последнее определение, труд в широком смысле, то количество труда, которое получает производитель в обмен на свой товар и есть множество всех ресурсов, получаемых производителем для продолжения воспроизводства.

Но если выразить это множество ресурсов в деньгах, а А.Смит неоднократно отмечал, что стоимость выражается именно в деньгах, в ценах, а не непосредственно в количестве труда, то перед нами в чистом виде издержки производства. Причем для производителя это именно будущие издержки, поскольку они возникают для него позже, чем он продает продукт своего собственного труда. А.Смит, конечно, не конкретизирует свои определения, но из общего контекста можно понять, что имеет он в виду что-то чрезвычайно похожее на то, что мы изобразили в схеме потребительного контура. Кстати, этот разбор смитианского определения стоимости, со всей очевидностью, доказывает наше утверждение о том, что вся классическая политэкономия прежде всего исходила из законов воспроизводства.

Из истории экономического анализа, впрочем, видно, что именно это определение стоимости, данное А.Смитом, навлекло на него яростную критику потомков, прежде всего Давида Рикардо. Последний критиковал А.Смита за то, что он, якобы, ошибочно определил стоимость товаров не количеством труда, содержащимся в товаре, а именно трудом, получаемым за товар.

«Адам Смит, - говорит Д.Рикардо, - который так правильно определил коренной источник меновой стоимости, оказался непоследовательным. Вместо того чтобы строго держаться принципа, в силу которого стоимости предметов увеличиваются или уменьшаются в зависимости от увеличения или уменьшения затраченного на них труда, он выдвинул еще другую стандартную меру стоимости и говорит о предметах, стоящих больше или меньше, смотря по тому, на большее или меньшее количество таких стандартных мер они обмениваются. Иногда он принимает за такую меру хлеб, иногда труд, — не количество труда, затраченное на производство того или иного предмета, а то количество его, какое можно купить за этот предмет на рынке, — как будто это равнозначные выражения, как будто рабочий необходимо получит за свой труд вдвое больше против прежнего, раз труд его стал вдвое производительнее, и он может поэтому выработать вдвое больше товара.

Будь это действительно верно, будь вознаграждение рабочего всегда пропорционально тому, сколько он произвел, количество труда, затраченное на товар, и количество труда, которое за этот товар можно купить, были бы равны, и любым из них можно было бы точно измерять изменения (в стоимости) других предметов. Но они не равны: первое при многих обстоятельствах является неизменным эталоном, показывающим изменения (в стоимости) других предметов, а последнее подвержено стольким же колебаниям, как и стоимость товаров, сравниваемых с ним. Адам Смит, весьма искусно показав недостаточную пригодность такого изменчивого мерил, как золото и серебро, для определения изменения стоимости других вещей, сам избрал не менее изменчивое мерило, остановившись на хлебе или труде»³.

Не углубляясь в давнишний спор, мы все-таки хотели бы заметить, что Д.Рикардо понял А.Смита достаточно превратно, поскольку там, где Смит имеет в виду труд в широком смысле, издержки производства, Рикардо видит только живой труд и его денежный эквивалент – заработную плату⁴. Смит

³ Давид Рикардо, Сочинения, т.1, Государственное издательство политической литературы, М., 1955, стр.35.

⁴ Можно лишь заметить, что пример Д.Рикардо с трудом рабочего не имеет никакого смысла, поскольку в товаре не содержится никакого труда, принадлежащего рабочему. Поскольку рабочий уже до начала процесса производства продал свою рабочую силу проклятому эксплуататору и получил полное возмещение его стоимости в виде заработной платы, то это уже не его собственный труд. Поэтому результат труда не имеет никакого отношения к рабочему. Можно как угодно рассматривать этот факт с точки зрения морали, но с точки зрения законов товарного производства это необходимо

исходит из общего, можно сказать, философского, понятия о разделении труда, тогда как Д.Рикардо пытается свести проблему к чисто практическим вопросам, но не замечает, что в смысле общего понимания вопроса А.Смит был практически безупречен.

Но перейдем теперь к другому определению цены.

2. Об образовании цены товара в пропорциональном потребительном контуре – второй вариант

Настало время посмотреть, как в потребительном контуре образуется прибыль и от чего она зависит. Для этого нам придется проследить процесс оборота в потребительном контуре еще немного, до того момента, когда будет продана очередная партия товара и потребительный контур получит от его продажи очередную порцию денег. Нам придется это сделать, поскольку прибыль в конце концов, по своему первому и основному определению, есть разница между количеством денег, которое мы вкладываем в издержки производства, и тем количеством денег, которое мы получаем после продажи обусловленного данными издержками товара.

Итак, мы планируем произвести некоторое количество товара Y^{t+2} . Пусть мы также планируем продать товар и получить за него некоторую сумму денег D^{t+2} . Будем говорить, что мы планируем тем самым получить прибыль $U^{t+2} = D^{t+2} - D^t$, или, иначе говоря, обеспечить норму прибыли, определяемую по формуле:

$$u^{t+2} = \frac{U^{t+2}}{D^t}.$$

рассматривать как данность. В этом смысле все количество труда, обмениваемое на произведенный товар, не противостоит в отдельности труду рабочего, а всем факторам трудового процесса, находящимся в руках капиталиста.

Если считать, что D^t - это та сумма денег, которую потребительный контур авансировал в производство продукта, но норма прибыли показывает нам, сколько прибыли будет получено на каждую вложенную денежную единицу.

Тогда можем определить и цену

$$p_y^{t+2} = \frac{D^{t+2}}{Y^{t+2}} = \frac{D^{t+2}}{D^t} \times e_y^{t+1} = (u_y^{t+2} + 1)e_y^{t+1}.$$

Мы получили еще одну формулу цены, которая, на этот раз, выражает ее именно через издержки производства товара, причем не через будущие издержки, как в первом случае, а именно через действительные, можно сказать, бухгалтерские издержки, а также через планируемую норму прибыли. Можно сказать, что эту формулу мы уже использовали в предыдущем разделе, правда для периода времени t . Но тогда мы ее предполагали, а теперь математически вывели.

Давайте теперь посмотрим, от чего может зависеть норма прибыли.

Из уже приведенного уравнения видно, что норма прибыли тем больше, чем больше цена на товар и чем меньше издержки производства данного товара. А теперь выразим ее не через издержки, а через темпы роста производства товара. Тогда имеем:

$$p_y^{t+2} = (u_y^{t+2} + 1) \times \frac{p_y^t}{\alpha_y^{t+2} + 1}.$$

Или:

$$u_y^{t+2} = \frac{(\alpha_y^{t+2} + 1)p_y^{t+2} - p_y^t}{p_y^t}$$

Понятно, что имеются два фактора, которые в данном случае влияют на норму прибыли. Это рост (или падение) цены товара и темпы роста (или падения) производства.

Для того, чтобы посмотреть, как эти факторы влияют на норму прибыли, мысленно сведем на нет влияние другого фактора.

Пусть, например, отсутствует рост производства, то есть $\alpha_y^{t+2} = 0$.

Тогда норма прибыли будет равна:

$$u_y^{t+2} = \frac{p_y^{t+2} - p_y^t}{p_y^t},$$

то есть норма прибыли будет расти в той же пропорции, что и отношение цен.

Теперь посмотрим, что произойдет, если цены на товар не будут изменяться, т.е. $p_y^{t+2} = p_y^t$.

Тогда имеем следующее:

$$u_y^{t+2} = \frac{(\alpha_y^{t+2} + 1)p_y^t - p_y^t}{p_y^t} = \alpha_y^{t+2}.$$

То есть норма прибыли в точности равна темпу роста производства.

Давайте еще раз обратимся к заочному спору Д.Рикардо с А.Смитом.

Кто прав в этом споре? Можно сказать, что оба правы, но каждый по-своему. Адам Смит ставит во главу угла именно «будущие» издержки, а Рикардо – количество труда, затраченное на производство товара. Но так как цена товара состоит, естественно, не только из затрат труда, но также и из затрат материальных ресурсов, то можно утверждать следующее: Смит имел в виду определение стоимости «будущими» издержками, а Рикардо – текущими, т.е. бухгалтерскими. Но и в нашем скромном исследовании мы видели, что имеются два способа калькулирования цены – через «будущие» удельные издержки и плановые темпы роста производства, а также через «прошлые» удельные издержки и плановую норму прибыли. То есть мы можем утверждать, что А.Смит шел первым путем, а Д.Рикардо – вторым. И оба, в принципе, были правы.

Тем не менее следует признать, что определение цен через «будущие» издержки является, как минимум, менее тривиальным и более связанным непосредственно с сутью процесса, который, прежде всего, является процессом движения товаров, потребительных стоимостей, и лишь во вторую очередь – процессом движения денег. Так что можно говорить о том, что профессор А.Смит более глубоко проник в суть вещей, чем купец Д.Рикардо⁵, который более обращал внимание на логику и практическую значимость результатов, а потому не всегда понимал, что и в противоречиях имеется своя логика. Конечно, для каждого отдельного капиталиста весь процесс движения ресурсов, товаров и денег в потребительном контуре видится именно как процесс движения денег, т.е. как процесс получения прибыли. Встав на точку зрения этого капиталиста, Д.Рикардо и описывает процесс ценообразования как процесс получения прибыли. Но при этом забывается, что ценообразование – это не только и не столько индивидуальная деятельность каждого отдельного предпринимателя, сколько результат его взаимосвязи с другими предпринимателями, т.е. результат общественного признания его деятельности, его способности удовлетворять чужие потребности. А эта способность удовлетворять потребности, естественно, лучше проявляется в темпах роста производства, чем в норме прибыли. В первом случае она проявляется непосредственно, а во втором – лишь опосредованно, причем, как мы видели, в зависимости не только от

⁵ Речь, разумеется, идет не о сравнительной ценности профессий, а о присущему той или иной профессии взгляде на вещи. А.Смит обладал, несомненно, более философским образом мышления, тогда как Д.Рикардо – более утилитарным. Не случайно Й.Шумпетер говорил, что Д.Рикардо «самый неметафизический из теоретиков». (Й.А.Шумпетер. История экономического анализа, т.2, стр.783). Вообще-то, такое сочетание различных способов мышления в свое время неплохо способствовало развитию экономической науки. Оно, с одной стороны, не давало ей отрываться от грешной земли и входить в противоречие с фактами, а с другой – не забывать о необходимости научного анализа, основанного на абстрактном мышлении. Самое дурное приключилось с экономической наукой тогда, когда она полностью переместилась на университетские кафедры, а обитатели этих кафедр почему-то возомнили, будто абстрактное мышление и есть практическая жизнь. Тогда-то и возникла маржиналистская революция.

темпов роста, но и от роста или понижения цен на товар. Можно также сказать, что темпы роста производства означают рост потребительной стоимости, полезности товаров, а рост прибыли – рост их стоимости, как говорили раньше – меновой стоимости, т.е. их способности обмениваться на деньги.

При этом, если уж говорить о последовательности и ясности определений, Д.Рикардо и сам вынужденно непоследователен. Среди тех же марксистских ортодоксов ходит легенда, будто Д.Рикардо – действительный и последовательный сторонник трудовой теории стоимости, который устанавливал зависимость товарных цен исключительно от содержащегося в них труда, рабочего времени. Однако это далеко не так. «Товары, обладающие полезностью, - пишет Д.Рикардо, - черпают свою меновую стоимость из двух источников: своей редкости и количества труда, требующегося для их производства.»⁶. И далее он показывает, как оба фактора влияют на меновые стоимости товаров.

«Говоря о товарах,– указывает Д.Рикардо, - их меновой стоимости и законах, регулирующих их относительные цены, мы всегда имеем в виду только такие товары, количество которых может быть увеличено человеческим трудом и в производстве которых действие конкуренции не подвергается никаким ограничениям»⁷.

Рикардо, таким образом признается, что его теория стоимости не носит универсального характера, а значима только для тех товаров, которые производятся в условиях неограниченной конкуренции. Сам Рикардо имеет в виду тот факт, что существуют некоторые уникальные виды товаров, которые в силу своей особой природы являются исключением из общего правила. Он имеет в виду

⁶ Давид Рикардо, Сочинения, т.1, стр. 33.

⁷ Там же стр. 34.

«некоторые редкие статуи и картины, редкие книги и монеты, вина особого вкуса, выделяемые только из винограда, растущего на особо пригодной почве, встречающейся в очень ограниченном количестве. Стоимость их совершенно не зависит от количества труда, первоначально необходимого для их производства, и изменяется в зависимости от изменения богатства и склонностей лиц, которые желают приобрести их»⁸.

С другой стороны, он добавляет, что

«в массе товаров, ежедневно обменивающихся на рынке, такие товары составляют очень незначительную долю. Подавляющее большинство всех благ, являющихся предметом желаний, доставляется трудом. Количество их может быть увеличено не только в одной стране, но и во многих в почти неограниченной степени, если только мы расположены затратить необходимый для этого труд»⁹.

Таким образом, сам Д.Рикардо считает, что в рамках его теории находятся только те товары, которые производятся в массовом масштабе и многими производителями, конкурирующими между собой, но не подходит к таким товарам, которые производятся в ограниченном количестве и немногими производителями.

Однако мы видели, что в современной экономике значимость таких форм производства, которые изготавливают определенные уникальные товары сильно возрастает. Речь здесь не только и не столько о картинах Рафаэля или прижизненном издании Адама Смита, а об особом специализированном оборудовании, редких материалах или полуфабрикатах. В современной экономике отнюдь не редкость существование таких фирм, которые изготавливают, практически в одиночку и без всякой видимой конкуренции, какие-то изделия, используемые тысячами производителей во всем мире. Но если это так, то сама теория Рикардо по его же собственному признанию, малоприспособна для современной экономики и может носить только узкоисторический характер. Но, с другой стороны, то определение

⁸ Там же

⁹ Там же

стоимости, которое дает Адам Смит, несомненно имеет более широкое применение и может быть в определенном смысле приложено к товарной экономике как таковой, поскольку какими бы особенностями не обладала та или иная конкретная историческая форма общественного производства, потребность обеспечения возможности воспроизводства в условиях разделения труда никогда не может стать малосущественной.

Можно также показать, что то определение цены, которое мы дали, идет даже не от Адама Смита, а еще от Франсуа Кенэ.

«Фундаментальная цена товаров, - говорит он, - зависит от затрат или от издержек, которые нужно сделать для их производства или приготовления; если они продаются по более низкой цене, чем себестоимость их производства, то получается убыток, если же они продаются по такой цене, которая дает достаточную прибыль, позволяющую продолжать или увеличивать производство, считается что цена на них хороша»¹⁰.

Как видим, Ф.Кенэ понимает связь цены с дальнейшим воспроизводством, непосредственно увязывает получаемую производителем прибыль с дальнейшим увеличением производства, с темпами его роста. Поэтому он был сторонником относительно высоких цен, считая, что в данном случае при прочих равных богатство будет увеличиваться большими темпами.

«Земледельческая нация, - говорил Ф.Кенэ, - должна стремиться к возможно более высокой цене продукции, поддерживать ее на возможно более высоком уровне, ввиду того что дороговизна содействует ее росту, из чего проистекает максимальное процветание.»¹¹.

Если отбросить здесь присущее физиократам особое отношение к земледелию, то само отношение к цене как к инвестиции в экономический рост, в богатство, в увеличение производства, достаточно очевидно.

¹⁰ Франсуа Кенэ. Избранные экономические произведения, стр.165

¹¹ Там же, стр.285

Весь этот исторический экскурс приведен нами, во-первых, для того, чтобы читатель смог лучше разобраться в разбираемых нами вопросах, а, во-вторых, чтобы показать прямую историческую преемственность полученных нами результатов. Мы считаем принципиально важным показать, что все наши рассуждения приводят не столько к получению каких-то невиданных истин, а к более правильному и конкретному пониманию тех проблем, которые всегда обсуждались и определенным образом решались в классической экономической науке. А заодно, показать ту принципиальную для любой науки вредность, которую приносят всяческие попытки революций, поскольку они предполагают сбросить что-либо с корабля современности.

Однако вернемся к формуле цены и еще раз, присмотримся к ней. Напомним, что выглядит она следующим образом:

$$p'_y = (\alpha_y^{t+2} + 1)e_y^{t+1}.$$

Еще раз повторим, что цена товара здесь зависит от двух факторов: от планируемых в потребительном контуре темпов роста и от удельных издержек производства товара в будущем, или, как еще можно выразиться, от удельных издержек воспроизводства.

Когда мы смотрим на эту формулу, то внешне кажется очевидным, будто производитель самостоятельно планирует рост своего производства и тем самым формирует продажную цену своего товара. Однако, разум должен нам подсказать, что это далеко не так, поскольку при росте производства товара требуется (для сохранения воспроизводственных пропорций) синхронизировать рост производства у производителя товара с потребностями его потребителей.

Таким образом, следующим этапом, который нам придется пройти в нашем исследовании, будет изучение того, каким образом цена товара

формируется в расширенном потребительном контуре, т.е. во взаимодействии поставщиков, производителя и потребителей товара.