**Теория автосоизмеряющихся стоимостей**

Твердохлебов Геннадий Алексеевич

Аннотация

Тысячелетия люди обмениваются товарами, и тысячелетия пытаются разгадать загадку: каким образом рынок свободной конкуренции, где каждый участник обмена стремится к собственной выгоде, формирует такие цены товаров, которые оказываются равными ценам производства этих товаров.

Разгадка все эти тысячелетия лежала, как говорится, на поверхности: участники обмена соизмеряют вовсе не товары по трудозатратам или полезности, каждый из них соизмеряет свою выгоду с выгодой своих конкурентов.

И если ни у кого из них в процессе обмена нет никаких привилегий, стремление каждого к собственной выгоде закономерно формирует равенство всех выгод, формирует эквивалентный обмен.

ЧАСТЬ I. СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

ТОВАР – объект обмена, способный (как правило) удовлетворять какие-либо потребности людей (имеющий потребительные свойства). Стоимость воплощенного в товар труда его производителей определяет стоимость самого товара, но это происходит только в условиях абсолютно равновесного рынка.

ЦЕННОСТЬ ТОВАРА – субъективные представления людей о величине потребительных свойств товара и величине его стоимости.

ЦЕНА ТОВАРА – все то, на что обменивается товар. Пропорция обмена товарными массами. Цена формируется рынком в «борьбе» диалектической системы «покупатель – продавец».

ВИД ТОВАРА – одинаковые с позиции покупателя товары.

СТОИМОСТЬ ТОВАРА – видовая цена товара. Цена товара данного вида. Стоимость формируется рынком в «борьбе» некоторого количества одновидовых систем «покупатель – продавец». Термины «цена» и «стоимость» правомерно считать синонимами, что уже имеет широкое распространение, но что пока еще не имеет теоретического обоснования. Здесь и далее эти термины употребляются как равнозначные и взаимозаменяемые.

СТОИМОСТЬ ТРУДА – труд стоит ровно столько, сколько стоит созданный им товар. Труд, создавший никому не нужный на данном рынке товар не имеет на данном рынке стоимости. Цена труда предпринимателя-одиночки, не имеющего ни фонда оплаты труда, ни прибыли, есть разница между выручкой и издержками производства товара. Цена труда производственного коллектива (сумма цен труда членов коллектива) есть сумма фонда оплаты труда с прибылью, или разница между выручкой и издержками производства, в которые не входит фонд оплаты труда.

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ – созданная трудом стоимость. Стоимость труда и добавленная этим трудом стоимость есть две стороны одной медали.

ЦЕНА ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРА – сумма цен труда всей череды производителей товара, начиная с производителей сырья, энергии, инструмента … и кончая последним производителем товара – продавцом.

СРЕДНЕВИДОВАЯ ЦЕНА ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРА – среднеарифметическая величина от цен производства одновидовых товаров данного рынка. Конкуренция между одновидовыми производителями ведет к тому, что в равновесном рынке цена товара данного вида устанавливается в соответствии со средневидовой ценой его производства.

ЦЕНА ТРУДА ВСЕЙ ЧЕРЕДЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ТОВАРА – сумма цен труда производителей тех товаров, стоимость которых переносится на стоимость производимого товара, формируя стоимость (цену) производства товара.

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ТОВАРА – производственный коллектив, предприниматель-одиночка, продавец товара как последний производитель в череде производителей данного товара.

ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРА – разница между выручкой товаропроизводителя и ценой его труда. Сумма цен труда производителей тех товаров, стоимость которых перенесена в стоимость производимого товара, за исключением цены труда последнего производителя.

ПРИБЫЛЬ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯ – разница между выручкой и издержками производства, включающими фонд оплаты труда.

СРЕДНЕВИДОВАЯ ПРИБЫЛЬ – среднеарифметическая величина от прибылей производителей одновидовых товаров данного рынка.

СРЕДНЕРЫНОЧНАЯ ПРИБЫЛЬ – величина прибыли, к которой имеют тенденцию стремиться средневидовые прибыли за счет переливов средств из менее прибыльных видов предпринимательства в более прибыльные.

РЫНОК – институт обмена товарами.

РЫНОК ТРУДА – институт обмена труда, - а точнее, его результатов в виде произведенного им товара, - на заработную плату.

БИРЖА ТРУДА – «входная дверь» на рынок труда. Институт заключения договора найма между наемным работником и работодателем, по которому наемный работник получает во временное пользование средства производства какого-либо товара в обмен на обязательство продавать за зарплату произведенный им товар своему работодателю.

РАВНОВЕСНЫЙ РЫНОК – рынок, где спрос уравновешен предложением, и имеют место неизменные цены.

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ РАВНОВЕСНОГО РЫНКА – Анализ и обобщение всего многообразия условий формирования равновесного рынка, сводят это многообразие к двум условиям. Первое – количество участников обмена должно быть достаточным, для рождения конкуренции как между покупателями, так и между производителями. Второе – вмешательство общественной власти в работу конкретного рынка допустимо и обязательно, но только для уничтожения монополизации каких-то элементов рынка и привилегий каких-либо участников обмена.

АБСОЛЮТНО РАВНОВЕСНЫЙ РЫНОК – рынок, где спрос уравновешивается предложением на уровне цен, равных средневидовым ценам производства товаров (на уровне объективных цен, объективных величин стоимостей товаров). Рынок, формирующий эквивалентный обмен.

СУБЪЕКТИВНОЕ СМЕЩЕНИЕ ОБЪЕКТИВНОЙ ВЕЛИЧИНЫ СТОИМОСТИ ТОВАРА – величина стоимости товара, на которую увеличивается или уменьшается объективная величина стоимости товара, когда рынок уходит из точки абсолютного равновесия.

ОТНОСИТЕЛЬНО РАВНОВЕСНЫЙ РЫНОК – рынок, где спрос уравновешивается предложением на уровне цен, имеющих субъективное смещение, относительно объективных цен товаров.

СУБЪЕКТИВНАЯ ОТНОСИТЕЛЬНАЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ОБМЕНОМ ОСНОВНОЙ МАССЫ ЕГО УЧАСТНИКОВ – центральный элемент процесса формирования эквивалентного обмена. На практике выглядит в виде признания основной массой участников обмена объективности цен товаров и прибылей их производителей. Многие исследователи пытаются построить теорию товарообмена, опираясь на абсолютно объективные параметры эквивалентности обменивающихся товаров. Причем, даже не пытаясь эту эквивалентность представить в виде объективной основы субъективной удовлетворенности обменом его участников, как будто товары обмениваются сами по себе, без субъектов обмена. На самом же деле, если даже товары и имели бы объективную эквивалентность, то она должна была бы отразиться в сознании участников обмена, формируя в нем субъективную удовлетворенность обменом, без которой невозможен процесс обмена. Объективной основой субъективной относительной удовлетворенности обменом его участников является не эквивалентность обменивающихся товаров по каким-то их внутренним параметрам, а эквивалентность определенного рыночного положения каждого участника обмена с аналогичным рыночным положением его конкурентов. Для покупателя эта эквивалентность заключается в равенстве цены покупаемого им товара ценам всех товаров данного вида на данном рынке. Для каждого из производителей одновидовых товаров эта эквивалентность формируется, если цена товара, покрывая средневидовые издержки его производства, образует цену его труда с единицы товара, равную цене труда с единицы товара всех производителей товара данного вида со средневидовыми издержками их производства. А сумма средневидовых издержек производства товара с ценой труда с единицы товара его производителя образует средневидовую цену производства товара. Таким образом, стремление участников обмена к равенству своего положения как участника обмена с положением своих конкурентов формирует равенство между ценой всех одновидовых товаров и средневидовыми ценами их производства; формируют эквивалентный обмена.

ЧАСТЬ II. ТЕОРИЯ АВТОСОИЗМЕРЯЮЩИХСЯ СТОИМОСТЕЙ

Тысячелетия люди обмениваются товарами, формируя пропорции обмена. Но до сих пор остается загадкой, каким образом участники обмена соизмеряют обменивающиеся товары вообще, и, в частности, в том случае, когда пропорции обмена отражают эквивалентный обмен, когда стоимость товара равна средневидовой стоимости его производства.

Существующие теории стоимости объясняют это тем, что участники обмена удовлетворяются, как минимум, эквивалентным обменом, который они и формируют, соизмеряя обменивающиеся товары либо по величине трудозатрат производства товаров, либо по величине их полезности, либо по количеству затраченной энергии, информации и т.д. Но ни одна теория не создала ясной картины процесс соизмерения, процесс формирования цены и стоимости товаров.

Предлагаемая читателям теория стоимости описывает механизм автосоизмерения стоимостей обменивающихся товаров, механизм, где стоимость товара формируется:

Без соизмерения величин трудозатрат производства обменивающихся товаров.

Без соизмерения величин полезностей обменивающихся товаров.

Без соизмерения качественных показателей обменивающихся товаров, т.к. в предлагаемой теории стоимости товары с разными уровнями качества представлены как разновидовые товары (одновидовыми считаются неотличимые друг от друга товары).

Без соизмерения количественных показателей обменивающихся товаров, т.к. в предлагаемой теории стоимости товары с различными количественными показателями представлены как разновидовые товары. Необходимость такого подхода определяется тем, что в практическом товарообмене далеко не всегда соблюдается строгая прямая пропорциональность между количеством товара и его ценой.

В предлагаемой теории стоимости товарообмен всех товаров, включая все виды услуг, описывается одной формулой или диалектической системой противоположностей "товар – товар", включая обмен на товар-посредник – деньги разных видов и межвидовой обмен самих денег. Эту формулу также можно записать и в виде "товар – цена", т.к. ценой товара в предлагаемой теории стоимости является все то, что покупатель отдает в обмен на товар.

Законы формирования цены и стоимости денег ни чем не отличаются от законов формирования цены и стоимости всех остальных товаров.

Чем отличается процесс формирования стоимости товаров посредством осознанного соизмерения величин трудозатрат их производства или величин их полезностей от автосоизмерения обменивающихся товаров можно увидеть в следующей аналогии.

Представим себе, что нам поставили задачу, разлить воду из емкости в два цилиндрических бидона разного диаметра, но одинаковой высоты. Бидоны снабжены кранами для слива воды и стоят на столе, а воду нужно разлить таким образом, чтобы уровни наполнения бидонов оказались равными.

В соответствии с осознанным соизмерением величин трудозатрат производства товаров или величин их полезностей мы должны высчитать объем имеющийся воды и разделить его пропорционально объемам бидонов.

В соответствии же с механизмом автосоизмерения, мы должны соединить сливные краны шлангом, и вылить воду в один бидон.

Уровни в бидонах немного "поборовшись" друг с другом, в конечном счете, станут абсолютно одинаковыми.

В практическом товарообмене осуществляется такая же "борьба" уровней, только не уровней жидкости, а уровней удовлетворения обменом его участников.

Эта "борьба" имеет разнообразные виды.

Это не только "борьба" системы "покупатель - продавец" по поводу оценки товара.

Это и конкуренция, как между покупателями, так и между продавцами.

Это и попытки покупателей найти нужный товар по более низкой цене у других продавцов и на других рынках.

Это попытки предпринимателей найти своему капиталу более выгодное применение.

Все эти виды "борьбы" участников товарообмена за поддержание каждым из них своего уровня удовлетворения обменом является движущей силой и процесса формирования равновесного рынка, и процесса формирования цены и стоимости товаров.

Цена товара формируется в "борьбе" отдельно взятых систем "покупатель продавец".

Мнение покупателя о цене товара формируется не столько из его представлений о величине полезности товара, сколько из его представлений о возможности приобрести эту полезность, и о том, сколько стоит этот товар у других продавцов и на других рынках. Но в чем единодушны все покупатели, всех рынков, во все времена так это в стремлении снизить цену приобретаемой полезности.

Мнение продавца о цене товара складывается из его представлений об издержках производства товара и о цене своего труда.

А что касается цены своего труда, то все продавцы единодушны в своем стремлении к ее завышению.

Итог этой "борьбы" - обмен и рождение субъективной диалектической формы системы "товар - цена" в виде знаний конкретных участников обмена о цене конкретного товара.

Некоторое количество таких субъективных форм образуют объективные знания участников товарообмена о том, какова стоимость данного вида товаров формируется на данном рынке, или, что то же самое, в каких пропорциях данный товар находится при обмене на денежные или товарные массы.

С позиции диалектики стоимость товара есть диалектическая форма одновидовых систем "товар - цена".

С позиции гносеологии стоимость товара есть формирующаяся из субъективных мнений объективная истина.

Цена это индивидуальное свойство товара. Стоимость - видовое свойство.

Цена товара это цена индивида. Стоимость товара - цена вида.

Цена рождается "борьбой" системы "покупатель - продавец".

Стоимость рождается совокупностью таких систем.

В реальном товарообмене понятия "цена" и "стоимость" часто употребляются как синонимы. И это естественно: возможность употребления того или иного понятия зависит исключительно от субъективной точки зрения самого человека.

Если товар человеком воспринимается как конкретная вещь, то цена товара является ценой этой вещи.

А если товар человеком воспринимается как представитель вида товаров, то в этом случае цена товара превращается в видовую цену - стоимость.

Стоимость товаров не заложена в самих товарах, она формируется посредством мнения людей, обменивающихся этими товарами. Причем, мнение людей, формирующих стоимость товара на том или ином рынке, может не совпадать с мнением людей вне этого рынка.

Например, любители абстрактной живописи, считающие Малевича гениальным художником, формируют своим мнением высокую стоимость его картинам и, в частности, картине «Черный квадрат». Мнение же людей, считающих эту картину мазней в квадрате, не оказывает на ее стоимость никакого влияния, т.к. это мнение людей, находящихся вне рынка любителей абстрактной живописи.

Таким образом, стоимость товара формируется на конкретном рынке, посредством мнения конкретных участников обмена, в "борьбе" некоторого количества систем "покупатель - продавец", "продавец - продавец" и "покупатель - покупатель".

Все рынки во все времена в своем колебательном развитии вновь и вновь возвращаются к равновесному состоянию, когда спрос на товар уравновешивается его предложением на уровне стоимости товара равной средневидовой стоимости его производства.

Абстрагированное от конкретных актов обмена движение цен при изменении спроса и предложения, и движение спроса и предложения при изменении цен, а также причины движения рынка к равновесному состоянию – все это хорошо изученные и описанные процессы.

Но загадкой, ради решения которой создавались и до сих пор создаются все теории стоимости, является вопрос о том, что заставляет борцов за цену в условиях рынка совершенной конкуренции прекращать борьбу именно там, где стоимость товара оказывается равной стоимости его производства. То есть это вопрос о критериях, руководствуясь которыми покупатели и продавцы равновесного рынка приходят к согласию в том, что данные условия обмена делают обмен действительно эквивалентным.

Равенство между стоимостью товара и средневидовой стоимостью его производства многих исследователей наводило, и до сих пор наводит на мысль о существовании в обменивающихся товарных массах какой-то эквивалентности (по трудозатратам, полезности, энергии …), которая каким-то загадочным образом заставляет борцов за цену прекращать борьбу, когда цена товара обеспечивает эту эквивалентность.

В объективной реальности эквивалентность действительно имеет место быть, но не в товарных массах, а в простых и очевидных рыночных факторах, которые условно можно назвать эквивалентностью положений конкурирующих субъектов обмена.

Для конкурирующих между собой покупателей этим фактором является равенство цен одновидовых товаров у всех продавцов и для всех покупателей.

Для конкурирующих одновидовых продавцов им является равенство прибылей с единицы товара, а для разновидовых – равенство прибылей с равных величин издержек.

Формирование удовлетворенности обменом происходит по принципу – не хуже, чем у конкурентов, без осознания глобальности последствий.

А последствия действия этих факторов известны:

Цены всех одновидовых товаров оказываются одинаковыми.

Прибыли всех средневидовых производителей (со средневидовыми издержками, включающими фонд оплаты труда) оказываются средневидовыми.

Все средневидовые прибыли, в конечном счете, становятся равными одной и той же – среднерыночной – величине.

Что обеспечивает равенство прибылей средневидовых производителей с равных величин издержек (с фондом оплаты труда), независимо от вида товара.

Что, в свою очередь, обеспечивает формирование цен всех товаров в соответствии со средневидовыми издержками (с фондом оплаты труда), плюс сумма среднерыночных прибылей с каждой единицы издержек, то есть в соответствии с ценой производства соответствующего товара.

Выясняется, что рыночные факторы, обеспечивающие эквивалентность положений конкурирующих субъектов обмена отражают собой, не только удовлетворенность обменом основной массы его участников, но и глубоко запрятанное в дебрях современного бухучета равенство между стоимостью товара и стоимостью его производства.

Таким образом, участники обмена, не пытаясь соизмерить обменивающиеся товары ни по величине трудозатрат их производства, ни по величине их полезности, стремясь лишь к понятному и очевидному равновесию своего положения как участника обмена с положением своих конкурентов, этим своим стремлением обеспечивают эквивалентность обмена, обеспечивают формирование объективной величины стоимости товаров.

Так действует механизм автосоизмерения стоимостей.

Сформированная равновесным рынком стоимость товара воспринимается как "норма", как "этот товар стоит такой цены" как "объективная цена товара".

То есть рождается эталон, в соответствии с которым в дальнейшем (при неизменности всех факторов производства и обмена) формируется стоимость товара данного вида. Или, что то же самое, рожденная диалектическая форма одновидовых систем "товар - цена" в дальнейшем – как ей и положено – определяет развитие своего содержания.

Поэтому в равновесном рынке, при неизменных условиях товарообмена, цены товаров устанавливаются практически без "борьбы" системы "покупатель - продавец", или, точнее, "борьба" приобретает вид обоюдного осознания равноценности обмена, осознания "нормальных", объективных цен и прибылей.

В условиях неравновесного рынка, где спрос не уравновешен предложением, где у одной из противоположностей появляется возможность проявить свою субъективную волю и повысить уровень своего удовлетворения обменом в ущерб удовлетворенности обменом своего антипода, рождаются субъективные (монопольные) цены и стоимости товаров,что и происходит на рынке несовершенной конкуренции.

Формирование субъективных цен и стоимостей товаров, ущемляя интересы соответствующих участников товарообмена, рождает их деятельность, нацеленную на устранение причин этого отклонения, деятельность, которая является движущей силой, "толкающей" рынок к равновесию, к "норме": к такому состоянию, где рождаются объективные цены и стоимости товаров, где рождается удовлетворенность обменом основной массы его участников.

Таким образом, в равновесном рынке стоимость товара формируются в соответствии с величиной стоимости воплощенного в товар труда всй череды его производителей.

Трудовая теория стоимости была не далека от истины, но:

В процессе производства товара формируется не стоимость товара, а стоимость производства товара.

В условиях равновесного рынка стоимость товара формируется не в соответствии с величиной воплощенного в товар труда, а в соответствии с величиной стоимости этого труда.

Стоимость товара формируется в соответствии с величиной стоимости воплощенного в товар труда не помимо сознания участников обмена, а посредством осознанной субъективной удовлетворенности обменом основной массы его участников.

Факт равенства цены товара цене его производства создает иллюзию абсолютно объективной – (независимой от сознания участников обмена) – эквивалентности обмена. Но это действительно лишь иллюзия потому, что если часть цены товара, покрывающая издержки его производства, и можно считать абсолютно объективным эквивалентом этих издержек, то часть цены, образующая цену труда товаропроизводителя, может быть эквивалентом только в форме субъективной удовлетворенности товаропроизводителя такой оценкой своего труда. Да и факт покрытия издержек производства также есть результат субъективного стремления производителя.

Относительно же объективная – (формирующаяся из субъективных мнений) – эквивалентность обмена может иметь только следующий вид: в равновесном рынке посредством субъективной удовлетворенности обменом (ценой товара) основной массы участников обмена формируется такая цена товара, которая покрывает средневидовые издержки его производства и образует средневидовую, - а в сбалансированном рынке, - среднерыночную цену труда на единицу издержек производителей товаров.

Абсолютно же объективная эквивалентность обмена, в конечном счете, требует наличия объективного и независимого от сознания участников обмена равенства (в каких-то объективных единицах измерения) между такими товарами, как, например, музыкальное произведение и кусок колбасы.

Доказательства возможности такого равенства нет, и, на наш взгляд, не может быть в принципе.

О субъективной же удовлетворенности подобного рода обменом говорить вполне уместно.

Субъективная теория стоимости тоже была не далека от истины, но:

В формировании стоимости товара принимают участие не только субъективные представления покупателя о полезности товара, но и субъективные представления продавца о величине стоимости вложенного в товар труда.

Объективная величина стоимости товара формируется не посредством удовлетворенности обменом отдельными покупателями и продавцами, а посредством удовлетворенности обменом конкурирующих между собой в условиях равновесного рынка участников товарообмена.

Эквивалентность обмена достигается только в условиях равновесного рынка. Неэквивалентность обмена является движущей силой процессов, уравновешивающих рынок. В условиях неравновесного рынка формируются субъективные цены и стоимости товаров.

Объективная цена товара в принципе (по приведенному выше определению) не может отклоняется от его объективной стоимости.

Субъективная цена и стоимость товара отклоняется от объективной цены и стоимости за счет возможности одной из противоположностей системы "покупатель - продавец" в процессе обмена проявить свою субъективную волю.

Товар, не способный на данном рынке к обмену, не имеет на данном рынке стоимости, независимо ни от величины стоимости воплощенного в нем труда, ни от того, что в другое время или на другом рынке он может иметь стоимость.

То есть о конкретной величине стоимости, конкретного товара можно говорить, только имея в виду конкретное время и конкретное место товарообмена.

И если, к примеру, на мини рынке у нашего подъезда сформировались равновесные цены и стоимости каких-то товаров, то на рынке за углом нашего дома может сформироваться совсем иное равновесие (совсем иные величины объективной стоимости тех же товаров).

Поэтому "необозримая множественность равновесий", о которой говорит академик В.М.Полтерович (5), есть естественный и закономерный факт.

И если равновесие отдельно взятого рынка можно представить в виде равенства уровней жидкости в сообщающихся сосудах, то равновесие национального рынка даже небольшого государства представляет собой океан с необозримым множеством несовпадающих друг с другом равных уровней водной поверхности на каждом гребне волны и в каждой впадине.

Механизм автосоизмерения стоимостей есть не что иное, как механизм действия закона стоимости, который в соответствии с теорией автосоизмеряющихся стоимостей должен звучать так: в условиях равновесного и сбалансированного рынка стоимость товара формируется в соответствии с объективной величиной стоимости воплощенного в товар труда всей череды его производителей.

Центральным элементом механизма закона стоимости является относительная удовлетворенность обменом основной массы его участников, а стремление каждого участника обмена к этой удовлетворенности является движущей силой действия этого механизма.

Литература

1. Твердохлебов Г.А. Диалектика рыночного равновесия. «Экономика и финансы» №20, 2006г., «Фонд правовых исследований»; http://www.tverd4.narod.ru/st03.html

2. Твердохлебов Г.А. Движущие силы социального прогресса. «Федерация» №9, 2006, «Фонд правовых исследований»; http://www.tverd4.narod.ru/st06.htm

3. Твердохлебов Г.А. Диалектика эволюции животного мира. Сущность диалектического противоречия; http://www.tverd4.narod.ru/st04.htm

4. Твердохлебов Г.А. Субъективная сущность стоимости товаров. http://www.tverd4.narod.ru/st31.html

5. Твердохлебов Г.А. Теория рыночного социализма. http://www.tverd4.narod.ru/st020.html

2008г.