

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.8

Л. И. ТОМАШЕВСКАЯ

**КАТЕГОРИЯ «СТОИМОСТЬ ТОВАРА»  
И ЕЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

В статье аргументируется необходимость использования «макрэкономического подхода» к исследованию содержания процесса образования стоимости товара, и на этой основе формулируется авторское определение стоимости товара. Раскрывается многоаспектность и многоуровневость двойственности процесса формирования стоимости товара и самой стоимости. Доказывается, что одним из важнейших стоимостеобразующих факторов является сложившаяся институциональная среда. Обосновывается тезис о том, что внешним выражением стоимости товара является его отраслевая рыночная цена. *Стоимость товара; стоимость благ; стоимость факторов производства; механизм и процесс формирования стоимости; субстанция и величина стоимости; элементы стоимости; виды величины стоимости; соотносительность характера стоимости; стоимостеобразующие факторы.*

**ВВЕДЕНИЕ**

Некоторые современные экономисты считают, что в настоящее время закон стоимости лишился статуса центрального закона, а экономические отношения утратили стоимостный характер. На наш взгляд, поскольку объективно складывающиеся экономические отношения по-прежнему имеют характер обменных, то есть «стоимостных» отношений, а законом, регулирующим обменные отношения, по определению, является «закон стоимости», постольку его положение как основного экономического закона сохраняется и в условиях «новой экономики». Но существует необходимость уточнить содержание процесса формирования стоимости товара, сущность самой категории «стоимость товара», ее характеристики и формы проявления.

Ретроспективный анализ эволюции теорий стоимости показывает, что сегодня известно множество попыток ответить на вопрос о содержании как категории «стоимость товара», так и процесса ее образования, причем авторы различных концепций строят свой анализ на различных теоретических подходах [7].

**1. КЛАССИФИКАЦИЯ ПОДХОДОВ  
К АНАЛИЗУ ФОРМИРОВАНИЯ  
СТОИМОСТИ**

По нашему мнению, вся совокупность используемых подходов может быть сгруппирована по признаку ключевых предпосылок о той сфере общественного производства, в которой формируется стоимость. В результате такой классификации нами выделено, в общей сложности, шесть основных концептуальных подходов к анализу проблемы формирования стоимости.

Авторская группировка состоит из представленных на рис. 1 следующих подходов: производственного, потребительского, идеального рыночного, реального рыночного и макроэкономического.

В рамках «производственного» («затратного») подхода предполагается, что стоимость товара формируется в сфере производства, при осуществлении факторных затрат на создание данного товара.

В соответствии с «потребительским» («оценочным») подходом, стоимость, точнее, ценность, формируется в процессе оценки потребителем полезности данного товара, то есть его значимости, ценности для потребителя.

«Рыночный» подход основан на тезисе о том, что стоимость товара формируется на отдельном отраслевом рынке или группе взаимосвязанных рынков.

При этом в рамках «идеального рыночного» подхода утверждается, что стоимость формируется в условиях рыночного равновесия отраслевого рынка совершенной конкуренции; а «реального рыночного» – в условиях объективно сложившегося, как правило, неравновесного состояния реально существующего отраслевого рынка любого типа конкуренции.

«Макроэкономический» подход опирается на предположение о том, что процесс формирования стоимости товаров протекает на макроэкономическом уровне под воздействием макроэкономических (институциональных и социально-экономических) факторов, действующих в национальной экономике.

Отметим, что последний подход представляется нам наиболее адекватным современной экономической действительности, так как образование стоимости какого-либо товара, по нашему мнению, вообще невозможно вне процесса функционирования целостной экономической системы.

На наш взгляд, стоимость товара показывает, во что обходится обществу (что стоит об-

ществу) удовлетворение определенной общественной потребности посредством (с помощью) рассматриваемого товара.

При этом стоимость формируется на макроэкономическом уровне под воздействием суммарного вектора всевозможных разнонаправленных сил, но вместе с тем данное действие внешне проявляется на микроэкономическом уровне (на уровне отраслевого рынка данного товара).

Все это свидетельствует о двойственности процесса образования стоимости товара. Подчеркнем, что двойственность исследуемого процесса, также как и самой стоимости, проявляется на различных уровнях и во многих аспектах.

Иными словами, двойственность и процесса формирования стоимости товара, и самой стоимости многомерна.

Отметим, в первую очередь, что под стоимостью товара мы можем понимать и стоимость благ, и стоимость факторов производства.



Рис. 1. Схема концептуальных подходов к анализу проблемы формирования стоимости

## 2. ВЗАИМОСВЯЗЬ СТОИМОСТИ БЛАГ И СТОИМОСТИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Так как товаром являются и блага, и факторы производства, то особенности процесса формирования стоимости благ и стоимости факторов производства следует рассматривать отдельно.

На наш взгляд, между этими понятиями существует прямая и обратная связь.

По аналогии с тем, что спрос на факторы производства вторичен по отношению к спросу на блага, производимые с применением этих факторов, мы можем говорить, что стоимость факторов зависит от стоимости благ, в процессе создания которых факторы используются. Эта зависимость характеризует процесс формирования стоимости факторов производства со стороны их потребления. Вместе с тем стоимость факторов оказывает влияние на формирование стоимости благ, определяя производственную сторону процесса.

Иными словами, стоимость благ можно рассматривать как фактор стоимости факторов производства, а стоимость последних, в свою очередь, – как фактор стоимости благ.

Если же применить математическую терминологию и употребить выражение «функция стоимости», то стоимость благ будет играть роль аргумента функции стоимости факторов, и наоборот, стоимость факторов – аргумента функции стоимости благ. То есть и стоимость благ, и стоимость факторов производства играют роль взаимных аргументов соответствующих функций.

Описанная взаимосвязь стоимости благ и стоимости факторов производства, с определенной долей условности, аналогична тому, что рыночный спрос на благо является аргументом функции индивидуального спроса на это благо, в то время как совокупность индивидуальных спросов на благо образует рыночный спрос на него.

Несомненно, между рынками благ и рынками факторов производства существуют различия, поэтому и процессы формирования стоимости благ и стоимости факторов имеют свои отличительные особенности. Однако между указанными процессами все-таки больше сходства, чем различий. Сходство, в первую очередь, заключается в тождественном действии механизма формирования стоимости товара.

Механизм формирования стоимости товара в общем виде состоит в признании обществом необходимости удовлетворить некую свою потребность посредством рассматриваемого това-

ра, созданного в результате осуществления определенных ресурсных затрат. Суть этого механизма можно сформулировать и другими словами: она заключается в признании обществом необходимости определенных ресурсных затрат на создание товара для удовлетворения общественной потребности посредством данного товара.

Из приведенных формулировок можно сделать вывод о двух сторонах названного механизма: стороне удовлетворения потребности посредством какого-либо товара и стороне осуществления затрат на его создание.

Подчеркнем здесь, что далее в статье мы будем анализировать различные уровни и аспекты двойственного характера процесса формирования стоимости товара, без рассмотрения специфических особенностей процессов формирования стоимости благ и стоимости факторов производства.

Дело в том, что и блага, и факторы являются товаром. Более того, очевидно, что конечным итогом любого процесса создания товаров, представляющего собой процесс преобразования ресурсов (факторов производства), является удовлетворение потребностей общества. Значит, конечной целью и результатом кругооборота и благ, и факторов производства является удовлетворение общественных потребностей.

## 3. ДВОЙСТВЕННОСТЬ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ ТОВАРА

Вопросам двойственности экономических явлений и, соответственно, экономических категорий уделяет серьезное внимание в своих исследованиях В. Афанасьев [2]. Мы, соглашаясь с Афанасьевым, также считаем, что категория «стоимость товара» – это двойственная категория, так как на всех уровнях и во всех аспектах она характеризуется парными понятиями, воспроизводящими двусторонность и самой исследуемой категории, и процесса ее формирования.

В первую очередь, двойственность процесса образования стоимости заключается в том, что он (процесс) может быть охарактеризован в полной мере только одновременно с двух неразделимых и взаимосвязанных сторон – качественной и количественной.

*Качественная сторона* процесса. Она проявляется в механизме формирования стоимости. Действие механизма реализуется в рамках целостной экономической системы, то есть на макроэкономическом уровне, и является неизменным для любых условий протекания исследуемого процесса. Содержание механизма, учиты-

вая приведенные выше формулировки, можно представить следующим образом: общество определяет такой объем ресурсов, который необходим для удовлетворения определенной общественной потребности с помощью создаваемого товара (общественно необходимый объем ресурсов).

*Количественная сторона* процесса формирования стоимости проявляется в величине стоимости. Величина стоимости – это количественная характеристика стоимости, сложившаяся под воздействием отличительных особенностей конкретных процессов формирования стоимости. Конкретные процессы протекают на основе действия единого механизма в различных социально-экономических условиях, в условиях различных отраслевых рынков и/или групп рынков с разной рыночной структурой.

Двойственность процесса образования стоимости означает, что стоимость товара также отличается двойственностью. Действительно, стоимость товара суть результат указанного процесса. Значит, она также может быть охарактеризована с количественной и качественной стороны.

Количественной характеристикой стоимости является ее величина, находящая внешнее выражение в цене, а качественная сторона стоимости проявляется в субстанции стоимости.

На наш взгляд, выбор объекта, составляющего содержание субстанции стоимости, должен осуществляться с учетом решаемых задач. Целью настоящего анализа является установление характера стоимости товара, обусловленного взаимовлиянием и взаимодействием количественной и качественной сторон процесса формирования стоимости. В связи с этим, характеризуя категорию «стоимость товара» с качественной стороны, то есть со стороны ее субстанции, необходимо учитывать условия образования стоимости, определяющие ее количественную характеристику – величину.

Сказанное означает, что мы должны рассматривать всю совокупность связанных с созданием товара ресурсных затрат, обусловленных необходимостью удовлетворить определенную потребность общества посредством создания товара.

Следовательно, носителем стоимости товара является такой суммарный объем затрат ресурсов на создание товара, который способствует удовлетворению общественной потребности с помощью этого товара. То есть такой объем ресурсных затрат, который посредством оплаты товара оценивается обществом как необходи-

мый (общественно необходимый) для удовлетворения конкретной потребности в результате потребления данного товара.

Ресурсные затраты на создание товара обуславливают образование субстанции стоимости товара – с одной стороны, а с другой – формируют «затратно-производственный» элемент стоимости. Этот элемент, в свою очередь, также представляет одну из двух сторон исследуемого явления, так как парным элементом по отношению к «затратному» («затратно-производственному») является «ценностный» (или «оценочно-потребительский») элемент стоимости.

На наш взгляд, «затратный» элемент стоимости товара, который складывается непосредственно в процессе производства данного товара при осуществлении ресурсных затрат, является факторной (ресурсной) стоимостью. Следовательно, известная «трудовая стоимость» входит в состав «затратного» элемента стоимости товара как часть факторной (ресурсной) стоимости.

Вторым элементом стоимости товара является ее «ценностный» элемент, складывающийся в процессе оценки потребителем полезности для себя этого товара, то есть его необходимости для удовлетворения определенной потребности.

Два элемента стоимости товара – «затратный» и «ценностный» – не существуют друг без друга и отражают две стороны процесса формирования стоимости, которые, будучи равноправными, постоянно взаимодействуют между собой через рынок.

Таким образом, стоимость товара, по нашему мнению, отражает сформировавшееся в рамках определенной экономической системы соотношение двух сторон, а именно: соотношение между размерами некой потребности общества, удовлетворяемой с помощью какого-либо товара, и ресурсными возможностями общества, позволяющими произвести этот товар.

Так как во всякой целостной экономической системе в каждый фиксированный период времени имеет место ограниченность ресурсов, то соотношение между условиями производства и потребления товара одного вида корректно исследовать только с учетом связей данного товара с производимыми в стране товарами всех других видов.

#### 4. ОСОБЕННОСТИ СООТНОСИТЕЛЬНОГО ХАРАКТЕРА СТОИМОСТИ ТОВАРА

Ограниченность имеющихся в экономике ресурсов относительно полного спектра общественных потребностей обуславливает зависимость стоимости отдельного вида товара от того, каким образом ресурсы распределяются между всеми общественными потребностями. Значит, процесс образования стоимости товара протекает на макроэкономическом уровне, но реализуется на микроэкономическом уровне, находя свое внешнее выражение в форме рыночной цены товара. Таким образом, определяя уровень реализации процесса образования стоимости, следует расценивать микроэкономический уровень как вторичный по отношению к макроэкономическому уровню, но тесно с ним связанный.

С целью углубленного изучения процесса формирования стоимости и сущности последней нам представляется целесообразным использовать авторскую иерархическую структуру понятий стоимости, представленную на рис. 2, что позволит дать развернутую характеристику объекта исследования.

Охарактеризуем представленные на рис. 2 термины, предлагаемые нами для обозначения разных видов стоимости товара, образующих иерархическую «структуру понятий стоимости товара». В основе данной структуры лежат парные понятия:

- 1) «единичная стоимость» – стоимость единицы товара определенного вида;
- 2) «общая стоимость», включающая в себя «групповую стоимость» и «совокупную стоимость».

Значение первого понятия очевидно. Понятие «общая стоимость» обозначает стоимость общего объема товаров, который состоит из некоего множества единиц товара (группы товаров), объединенных по какому-либо родовому признаку. Такими группами товаров, объединенных по определенному признаку, могут быть: 1) товары одного особого рода (вида), то есть суммарный объем товаров одного вида; 2) товары, производимые одной отраслью; 3) товары, производимые в одной сфере или секторе производства; 4) совокупность всех товаров, произведенных в стране.

Здесь первые три группы товаров, расположенные в порядке увеличения масштабов исследуемого общего объема товаров, составляют так называемую «групповую стоимость». То есть разновидностями групповой стоимости являются:

суммарная стоимость, отраслевая стоимость, секторальная стоимость.

Стоимость всей совокупности товаров, произведенных в стране, – это «совокупная стоимость». Она, в свою очередь, может быть структурирована по видам производимых товаров, по отраслям, по сферам или секторам экономики. Важно отметить, что, образуя структуру «совокупной стоимости» товаров, «групповые стоимости» различных групп товаров всегда зависят друг от друга, или, иначе, соотносятся друг с другом.

Это соотношение, определяющее структуру совокупной стоимости, обуславливается существующим в обществе распределением фиксированного на данный момент времени объема ресурсов между всеми потребностями общества, удовлетворяемыми с помощью созданного в стране множества товаров различных видов. Иными словами, стоимость товара имеет соотносительный характер, обладающий двумя особенностями.

Из предыдущих утверждений вытекает, что соотносительность стоимости – есть атрибут количественной стороны исследуемого процесса, причем, соотносительность стоимости единицы товара какого-то вида и соотносительность стоимости группы товаров того же вида имеют различный характер.

Непосредственно соотносятся между собой величины стоимости товарных групп разного вида, а соотносительность величины стоимости единичного товара оказывается опосредованной количеством произведенных единиц товара данного вида. Если использовать термины представленной выше авторской системы понятий стоимости, то можно сказать, что непосредственно соотносятся друг с другом величины «групповых стоимостей» товаров различного рода, которые создаются для удовлетворения всего спектра общественных потребностей. Следовательно, между собой соотносятся величины разновидностей «групповой стоимости» товаров – величины суммарной, отраслевой и секторальной стоимостей. При этом определенное соотношение между величинами суммарных, отраслевых или секторальных стоимостей формируется в рамках величины «совокупной стоимости», образуя ее соответствующую структуру (товарную, отраслевую или секторальную).

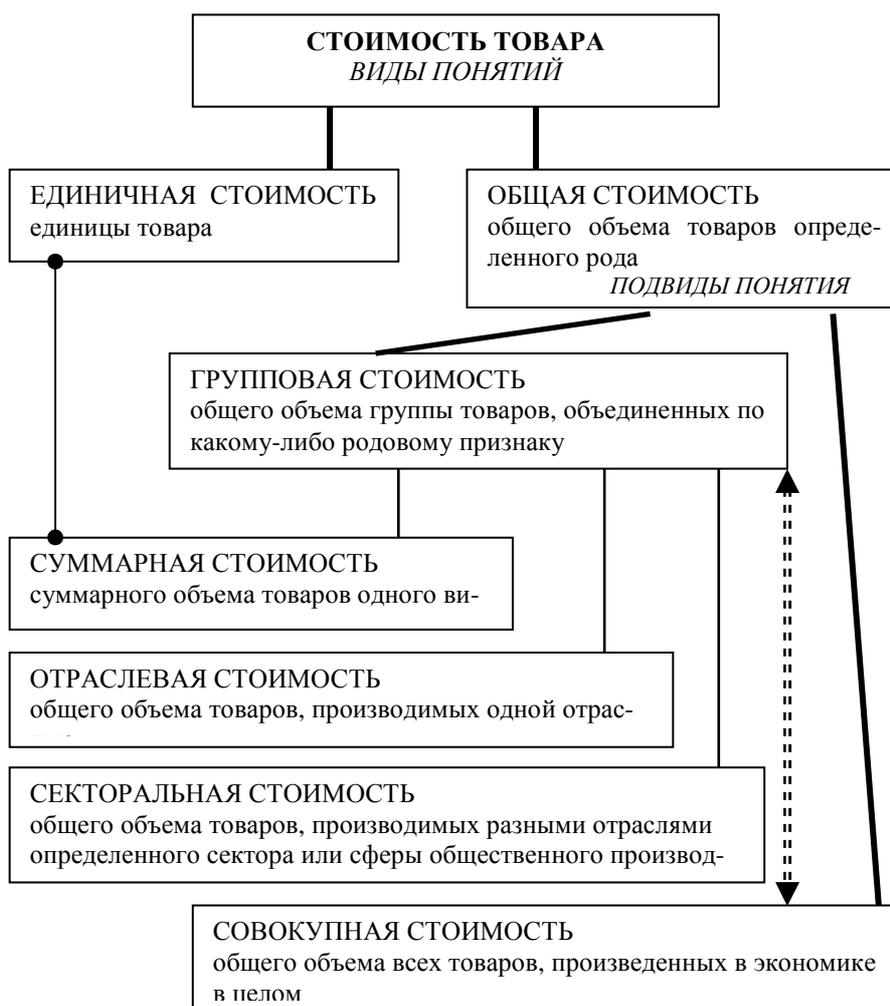


Рис. 2. Структура понятий категории «стоимость»

Примечания:

- 1)  $\longleftrightarrow$  – соотношение групповых стоимостей товаров образует структуру совокупной стоимости;
- 2)  $\bullet\text{---}\bullet$  – стоимость единицы товара определенного вида зависит от количества произведенных единиц данного вида товаров в рамках суммарной стоимости

Вместе с тем, результат процесса формирования величины «стоимости единицы товара» зависит от количества произведенных единиц товара одного вида, и чем больше единиц товара в группе, тем ниже величина стоимости единицы. То есть величина «единичной стоимости» формируется в рамках «суммарной стоимости». В итоге мы можем сформулировать следующий тезис, выражающий авторскую точку зрения на соотношение различных видов понятий стоимости: непосредственно соотносительной является величина «групповой» стоимости, а соотносительность величины «единичной стоимости» опосредуется количеством единиц товара данного вида.

С подобной точки зрения интересно высказывание М. И. Туган-Барановского. Он пишет: «Будем исходить из теории предельной

полезности, объяснившей процесс оценки. Мы знаем, что конкретная полезность хозяйственного предмета падает по мере увеличения его производства. Для удовлетворения наших потребностей мы нуждаемся в продуктах различной трудовой стоимости. В какой пропорции должны мы распределять труд между производством этих продуктов для достижения максимума пользы? ... Мы можем понижать и повышать предельную полезность путем расширения или сокращения производства. ... Говоря математическим языком, предельная полезность должна быть функцией трудовой стоимости» [8, с.71].

Таким образом, можно говорить о вторичности величины стоимости единицы какого-либо товара по отношению к величине общей стоимости группы товаров того же вида, аналогично тому, что микроэкономический уровень реализации процесса образования стоимости блага вторичен по отношению к макроэкономическому уровню.

Возвращаясь к тезису о двойственности стоимости товара, отметим, что двойственность количественной стороны находит свое выражение в двух основных видах величины стоимости: «единичной» и «общей». В свою очередь, величина «единичной» стоимости определяется двумя факторами: величиной «суммарной» стоимости товаров определенного вида и количеством произведенных единиц товара этого вида.

Внешним (рыночным) выражением величины стоимости единицы товара, на наш взгляд, является фактически сложившаяся рыночная отраслевая цена этого товара. И поскольку именно рыночная отраслевая цена товара определяет стратегию поведения агентов рынка (производителей и потребителей), постольку она оказывает непосредственное влияние на установление величины стоимости этого товара в будущем.

Таким образом, отраслевая цена товара является, на наш взгляд, одновременно аналитическим показателем величины стоимости товара в настоящем и фактором, воздействующим на формирование стоимости этого товара в будущем посредством влияния на поведение производителей и потребителей.

Учитывая сказанное, мы можем утверждать, что стоимость товара находит свое внешнее выражение именно в рыночной отраслевой цене товара (а не в его равновесной цене, как это утверждалось в классической политэкономии). С этой точки зрения можно считать, что стоимость товара имеет «неравновесный» характер.

## **5. ВНЕШНЕЕ ВЫРАЖЕНИЕ СТОИМОСТИ ТОВАРА – ЕГО ОТРАСЛЕВАЯ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА**

Сегодня, как и прежде, некоторые российские экономисты утверждают, что стоимость товара находит свое внешнее выражение в цене равновесия отраслевого рынка этого товара, иными словами, они постулируют «равновесный» характер стоимости. Последнее положение тождественно тезису К. Маркса о том, что цена товара на рынке оказывается равной его стоимости только тогда, когда «спрос покрыва-

ет предложение», то есть, когда рынок находится в состоянии равновесия.

Попытаемся обосновать сформулированный тезис об отраслевой цене товара как о внешнем выражении стоимости товара.

*Первое.* Рассмотрим соотношение между тем объемом фактических затрат, которые в соответствии с выбранной технологией реально осуществляются индивидуальными производителями в процессе производства товара, с одной стороны. И с другой – тем объемом ресурсных затрат, которые общество «оценивает» (посредством оплаты товара его покупателями) как общественно необходимые затраты для удовлетворения потребности с помощью этого товара.

Искомое соотношение складывается следующим образом. Как уже отмечалось, общество из суммарного количества ресурсов, имеющихся на данный момент времени в экономической системе, «выявляет» такой объем ресурсов на создание совокупности товаров отдельного вида, который позволит удовлетворить определенную потребность общества посредством данного товара.

Процесс «выявления» объема ресурсов, необходимого для удовлетворения определенной общественной потребности с помощью совокупности товаров некоторого вида, создаваемых с помощью рассматриваемых ресурсов, осуществляется посредством оплаты товаров его покупателями по рыночной цене. Данный процесс следует расценивать как процесс «оценки» ресурсных затрат в качестве общественно необходимых (как раз и осуществляемый посредством оплаты товаров на рынке). Объем «выявленных» ресурсов, или «оцененных как общественно необходимые», определяется уровнем значимости рассматриваемой потребности и способностью произведенной совокупности единиц товара данного вида удовлетворить эту потребность. Следовательно, в рамках «выявленного» объема ресурсов, затраты на создание единицы этого товара «оцениваются» обществом как общественно необходимые в зависимости от количества единиц товара, произведенных на данный момент времени.

Так как общественная «оценка» осуществляется посредством согласия покупателей в зависимости от объема и структуры своих потребностей оплатить данный товар по рыночной цене, то последняя может оказаться выше, ниже или равной технологически и организационно обусловленному объему индивидуальных фактических затрат производителя, связанных с созданием единицы этого товара.

Очевидно, что покупатели могут оплачивать покупку только по рыночной, а не по равновесной цене. Следовательно, величину общественно необходимых ресурсных затрат на создание единицы товара выражает фактически сложившаяся на данном рынке цена. Подчеркнем – не «равновесная» цена товара, а именно его рыночная цена, которая на реальных рынках практически не стабилизируется на уровне равновесной цены. Значит, внешним выражением стоимости товара, как и утверждалось выше, является его рыночная отраслевая цена.

*Второе.* Используем для обоснования сформулированного выше тезиса также и метод «доказательства от противного». Нам представляется, что если, проводя исследование особенностей реально протекающих процессов формирования стоимости товаров, в качестве основополагающего принципа принять тезис о том, что внешним выражением стоимости товара является его «равновесная цена», то можно столкнуться с ирреальной ситуацией. В этом случае категория «стоимость товара» обретает статус идеальной категории, которая не может быть определена количественно в связи с утратой реально существующей формы рыночного выражения, то есть рыночного показателя.

Дело в том, что «равновесная отраслевая цена» – это аналитическое понятие, практически не существующее в действительности. В свою очередь, «модель равновесного рынка совершенной конкуренции» – это идеальная модель высокого уровня абстракции, которая используется в экономической теории как инструмент анализа, позволяющий выделить основные ценообразующие факторы и основные факторы спроса и предложения, а также направления и результаты их количественных изменений в условиях, когда все остальные параметры фиксированы. С этой целью данная модель опирается на ряд жестких допущений, таких как свободный и полный доступ к рыночной информации всех многочисленных продавцов и покупателей, каждый из которых не обладает достаточной долей рынка и рыночной властью для влияния на равновесный объем отраслевого выпуска и уровень равновесной отраслевой цены. Очевидно, что перечисленные аналитические допущения имеют мало общего с реальной действительностью.

Интересно в связи с этим обратиться к исследованиям, проводимым в рамках экспериментальной экономики [3, с.18-21].

В свое время Э. Чемберлин, задавшись «целью проверить гипотезу о сходимости процесса свободных рыночных торгов к конкурентному равновесию», обнаружил, что в результате эксперимента – «деловой игры в рынок» – уровень цены и объем рыночных сделок не соответствовал параметрам равновесия. Причиной такого расхождения явилась недоступность информации о цене каждой конкретной сделки для всех участников эксперимента.

Эту ситуацию «исправил» Вернон Смит. Его «экспериментальный механизм» предусматривал свободной доступ всех участников игры к текущей рыночной информации и получил название «механизм двойного аукциона». В конечном итоге он «обеспечил сходимость к конкурентному равновесию». Разработанная и проводимая В. Смитом экономическая игра, именуемая «торги с объявленной ценой (posted offer)», на наш взгляд, эмпирически подтверждает ранее высказанную идею о том, что конкурентное равновесие достижимо только в условиях равного и полного доступа к информации всех рыночных агентов.

Несомненно, именно это требование и невыполнимо, по определению, в процессе функционирования реальных рынков, которые являются рынками несовершенной конкуренции.

Таким образом, можно считать обоснованным высказанный выше тезис о том, что стоимость товара обнаруживается в его рыночной отраслевой, а не в равновесной цене.

Отметим также, что идеальной моделью высокого уровня абстракции является и модель «общего экономического равновесия» (ОЭР) Л. Вальраса, которая стала базовой для создания целого ряда моделей подобного типа [4, с.163-164; 10].

В модели Вальраса определяются условия установления равновесия во всей системе взаимосвязанных рынков совершенной конкуренции. С этой целью был сделан ряд допущений. Во-первых, предполагалось, что потребители и производители воспринимают в качестве экзогенных параметров рыночные цены, по которым они могут купить и продать любое количество благ. Во-вторых, изначально задавались функции предельной полезности, что означало заданное первоначальное количество товаров и услуг, которые реализуются на рынке. В-третьих, задавались функции предельной производительности факторов. В-четвертых, допускалось, что изменения цены зависят от разницы между объемом спроса и объемом предложения.

В соответствии с принимаемыми допущениями указанная модель не отражает (и не может отражать) все особенности экономической ситуации. Следовательно, равновесные модели целесообразно применять только в качестве инструмента выявления ключевых ценообразующих факторов, но их использование в анализе конъюнктуры реально существующих в экономической системе рынков оказывается явно неэффективным.

По этому поводу Дж. Хикс в работе «Стоимость и капитал» писал следующее: «Я полагаю, что причина этой бесплодности вальрасовой системы кроется большей частью в том, что он не дошел до формирования законов изменения его системы общего равновесия. Он мог сформулировать условия, касающиеся цен, установленных с учетом данных ресурсов и данных предпочтений; но он не объяснил, что случится, если вкусы или ресурсы изменятся» [9, с.156].

Сказанное означает, что приближение идеальных экономических моделей к реальности требует учета характера взаимосвязей между хозяйственными агентами, зависящего от рыночной структуры и особенностей социально-экономической среды, в которой эти взаимосвязи осуществляются. Соответственно, и развитие моделей ОЭР активно шло по пути снижения уровня их абстрактности посредством введения в анализ параметров, характеризующих особенности той среды, в которой функционируют экономические агенты. Поэтому в настоящее время модели рыночного равновесия представляют собой только «частный случай более широкого и общего класса моделей экономического взаимодействия рыночных агентов», позволяющих исследовать не только равновесные, но и неравновесные состояния экономики [5, с.37]. Так, например, современным автором, исследующим модели «неравновесия» является В. К. Нусратуллин [6].

Направлению развития моделей ОЭР в XX веке аналогичны тенденции эволюции концепций стоимости [4; 10].

На наш взгляд, поскольку направление, свойства и результат процесса формирования стоимости товара, протекающего в определенной социально-экономической среде, обуславливаются ее (среды) специфическими особенностями, постольку последние обязательно должны учитываться в качестве фактора, непосредственно влияющего на результат исследуемого процесса. Эти особенности, естественно отражаясь на количественном результате, должны находить свое выражение в величине

стоимости товара, проявляющейся в его (товара) отраслевой цене, которая, как правило, не является ценой равновесия рынка.

Таким образом, можно считать обоснованными сформулированные выше тезисы о «неравновесном» характере стоимости и о том, что отраслевая цена товара является одновременно аналитическим показателем величины стоимости товара в настоящем периоде времени и фактором, формирующим стоимость будущего периода посредством влияния на рыночное поведение производителей и потребителей.

## **6. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА КАК ФАКТОР ОБРАЗОВАНИЯ СТОИМОСТИ**

В самом деле, поведение рыночных агентов обуславливает конъюнктуру как определенного рынка, так и всей системы рынков. И поскольку поведение всех агентов, в конечном итоге, определяет особенности процесса формирования стоимости товара, постольку совокупность экономических действий хозяйствующих субъектов представляет собой фактор образования стоимости (стоимостеобразующий фактор). А значит, все факторы, обуславливающие желания и возможности производителей и потребителей, соответственно, производить и предлагать на рынке, а также покупать и потреблять определенный вид товара, являются одновременно стоимостеобразующими факторами.

Ясно, что хозяйственная практика в рамках национальной экономики осуществляется на основе «правил игры», «установленных» формальными и неформальными институтами. Поэтому можно утверждать, что на процесс формирования стоимости товара существенное влияние оказывает совокупность основополагающих социальных, политических, юридических и экономических правил, определяющих рамки человеческого поведения, то есть характерная для изучаемой экономики *институциональная среда*. Это означает, что институциональную среду следует расценивать в качестве стоимостеобразующего фактора.

Действительно, вышеупомянутые специфические особенности социально-экономической среды во многом обуславливаются сложившейся в национальной экономике системой институтов, которая и воздействует на экономическое поведение отдельных агентов рынка. Следовательно, для более широкого и многогранного изучения процесса образования стоимости товара целесообразно исследовать его с точки зрения зависимости от влияния системы институтов. Иными словами, необходимо рассмот-

реть институциональный аспект процесса формирования стоимости товаров.

Несомненно, институты воздействуют на формирование стоимости, реализуя свое экономическое значение посредством тех функций, которые они выполняют в хозяйственной жизни, в деятельности экономических агентов.

Институты реализуют так называемую функцию ограничений, которая выражается в ограничении доступа экономических агентов к ресурсам, а также ограничении разнообразия вариантов использования ограниченных ресурсов при решении агентами задач, связанных с принятием хозяйственных решений.

С функцией ограничений неразрывно связана распределительная функция. Дело в том, что в условиях ограниченного доступа к ресурсам и ограниченного количества вариантов возможных способов действий неизбежно осуществляется распределение ресурсов экономическими агентами.

Кроме того, определяя границы и пределы способов действий и линий поведения, институты тем самым координируют поступки экономических агентов, то есть выполняют функцию координации.

Отметим, что осуществление институтами функции координации возможно лишь в том случае, если все фигурирующие в деле агенты обладают информацией о содержании какого-либо института, обеспечивающего регулирование поведения в определенных ситуациях.

Поясним приведенные выше тезисы, используя положения институциональной экономической теории. По этому поводу А. Аузан пишет, что описание содержания института, действующего в некоторой ситуации, дает каждому из экономических агентов, находящихся в ней, знание о том, как должен (и, скорее всего, будет) вести себя его контрагент. Исходя из него, агенты могут и, скорее всего, будут формировать собственную линию поведения, учитывая ожидаемые действия другой стороны, что и означает возникновение координации в их поступках. Выполнение институтами функции координации действий агентов порождает и обуславливает *возникновение координационного эффекта*. Суть его заключается в обеспечении экономии для экономических агентов на *издержках изучения и прогнозирования поведения* контрагентов. Следовательно, координационный эффект институтов реализуется *через снижение уровня неопределенности среды*, в которой действуют экономические агенты [1, с. 30].

Таким образом, тот факт, что институты воздействуют на распределение ресурсов, выгод и издержек, а также координируют поведение экономических агентов, означает, на наш взгляд, что институты посредством детерминирования поведения экономических агентов оказывают существенное влияние на количественный результат процесса формирования стоимости товара – ее величину. Следовательно, институциональная структура общества действительно является одним из основных факторов образования стоимости.

## ВЫВОДЫ

Приведенные выше рассуждения относительно характеристик категории «стоимость товара» позволяют сформулировать ряд тезисов, раскрывающих различные стороны двойственности стоимости и процесса ее формирования:

- под стоимостью товара можно понимать как стоимость благ, так и стоимость факторов производства;

- процесс формирования стоимости товара характеризуется с двух сторон: качественной (механизм формирования стоимости) и количественной (факторы величины стоимости);

- реализация данного процесса совершается на двух уровнях: протекает он на макроэкономическом уровне, а проявляется, находит внешнее выражение на микроэкономическом уровне;

- стоимость, в свою очередь, также характеризуется с двух сторон: качественной (со стороны субстанции) и количественной (со стороны величины);

- ресурсные затраты обуславливают субстанцию стоимости – с одной стороны, а с другой стороны – ресурсные затраты формируют «затратно-производственный» элемент стоимости;

- двойственность качественной стороны стоимости товара проявляется в двухэлементном строении стоимости, которая включает в себя следующие элементы: «затратно-производственный» и «оценочно-потребительский»;

- двойственность количественной стороны находит свое выражение в двух основных видах величины стоимости: «единичной» (величине стоимости единицы товара) и «групповой» (величине стоимости определенной группы товаров);

- величина «единичной» стоимости определяется двумя факторами: величиной групповой стоимости товаров определенной группы и количеством единиц товара одного вида, содержащихся в этой группе;

- понятия величины «групповой стоимости», включая разновидности последней, и величины «совокупной стоимости» обобщаются в понятии «величина общей стоимости»;

- внешнее рыночное выражение стоимости товара – его отраслевая цена – является одновременно аналитическим показателем величины стоимости товара в настоящем и фактором, воздействующим на формирование стоимости этого товара в будущем посредством влияния на поведение агентов рынка.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Аузан, А. А.** Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория: Учебник / А. А. Аузан. М.: ИНФРА-М, 2005. 416 с.

2. **Афанасьев, В.** Метод экономической двойственности / В. Афанасьев // Вопросы экономики. 2005. № 8. С. 4–18.

3. **Белянин, А.** Дэниел Канеман и Вернон Смит: экономический анализ человеческого поведения (Нобелевская премия за чувство реальности) / А. Белянин // Вопросы экономики. 2003. № 1. С. 4–23.

4. **Блауг, М.** Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. М.: Дело ЛТД, 1994. 687 с.

5. **Гальперин, В. М.** Предисловие / В. М. Гальперин // Теория потребительского поведения и спроса (Серия «Вехи экономической мысли». Вып.1). СПб.: Экономическая школа, 1993.

6. **Нусратуллин, В. К.** Неравновесная экономика / В. К. Нусратуллин. М.: Компания Спутник+, 2006. 482 с.

7. **Томашевская, Л.** «Эволюционное дерево теорий стоимости» / Л. Томашевская // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2008. № 4. С. 73–79.

8. **Туган-Барановский, М. И.** Основы политической экономики / М. И. Туган-Барановский. М.: Россмэн, 1998. 664 с.

9. **Хикс, Дж. Р.** Стоимость и капитал / Дж. Р. Хикс. М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. 488 с.

10. **Ядгаров, Я. С.** История экономических учений / Я. С. Ядгаров. М.: Экономика, 1996.

### ОБ АВТОРЕ



**Томашевская Людмила Ивановна,** доц. каф. эконом. теории. Канд. экон. наук (УНЦ РАН, 2004). Иссл. в обл. эконом. теории (общей теории стоимости товара).