

## **ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ**

УДК 330.133

### **ПОНЯТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЗАКОНА: СТОИМОСТЬ КАК ЗАКОН ЦЕНЫ**

**В.А. Петрищев**

Тверской государственной университет, г. Тверь

Показано различие и единство явления и сущности. В явлениях разграничены их второстепенные и существенные признаки. На этой основе дано определение экономического закона, т.е. сущности, управляющей явлением. Последнее при этом соответствует своему понятию, своей сущности. Эти общетеоретические положения конкретизированы эмпирическим выявлением признаков цены, их функциональной зависимостью от других явлений. Доказано, что эти признаки и зависимости играют второстепенную роль в определении величины цены, сущностью (законом) которой выступает стоимость товара.

***Ключевые слова:** явление; сущность; экономический закон; цена; факторы цены; стоимость как закон цены.*

Мир непосредственно дан человеку в его ощущениях, т.е. в разнообразных явлениях. Например, мы видим в магазинах различные товары и их цены. А в наших кошельках (карманах, сумках и т.п.) лежат бумажки (монеты), именуемые в бытовом сознании «деньгами».

Каждое явление имеет наблюдаемые их свойства, признаки, стороны. Сравнивая эти признаки, люди определяют что в каких-то явлениях есть общие их признаки, а в иных – особенные или единичные, неповторимые в других явлениях. Таким образом, в явлениях обнаруживаются общее, особенное, единичное.

Более того, непосредственным наблюдением может быть установлена зависимость, существование и изменения (качественные и количественные) одних явлений от других. Эти функциональные зависимости даже называют законами. Таковым, к примеру, считают «закон спроса» (чем выше цена единицы товара, тем меньше объем спроса на него), хотя возводить в закон такую функцию вряд ли оправдано, ибо она фиксируется чувственным познанием.

Углубление познания явлений начинается с анализа их признаков, свойств по степени существенности, значимости каждого признака для «жизни» явления. Одни признаки (свойства) второстепенны, малозначимы для жизни явления, другие – обязательны, существенны. Например, 10 рублей может быть монетой, а может быть

бумажкой, что второстепенно для явления, именуемого «деньги», для выполнения их функций. Стало быть, для того, чтобы разграничить существенное и второстепенное в явлении, необходимо не только перечислить и классифицировать его признаки, но определить те признаки, без которых утрачивается само явление. Они и будут существенными признаками. От остальных признаков можно абстрагироваться, они второстепенны. При этом, конечно, возможны заблуждения, когда кажущееся второстепенным, на деле – существенно и наоборот. Стало быть, речь пока идет о первых попытках различия существенных и второстепенных признаков в явлении. Дальнейшее его изучение, в том числе опыт, позволяет более точно отличить кажущееся от действительного, найти то, что скрывается за громадой признаков явления. И такой поиск невозможен без анализа существенности каждого признака явления. И делается это в экономическом познании путем абстрагирования.

Но это означает, что явление было во всех смыслах *конкретным*, а отвлечение от ряда его признаков делает его чем-то *абстрактным*. И чем больше признаков явления устраняется из внимания, тем более абстрактным и «тощим» становится то, что остается в мышлении от явления. Вместо реально существующего, конкретного и чувственно воспринимаемого человеком явления осталось только *понятие о явлении*. Например, это уже не конкретная цена конкретного товара в конкретном магазине в данное время, а просто «цена» как *абстрактно общее*, формально общее любой конкретной цены как *понятие цены*. В нем удержаны существенные ее признаки.

Однако понятие «цены» еще не отвечает на вопрос: а что такое цена? Тем самым фактически предполагается, что необходимо двигаться дальше от просто формально общего определения «цена» к познанию ее *сущности*. Но это невозможно сделать, если не установить *связь* данного явления с другими явлениями. Причем не с любыми другими, а только с теми, с которыми связь *существенна*, а не второстепенна.

Так «цена» в ее классическом определении – это «денежное выражение стоимости товара». Но это означает, что надо сначала знать явление «деньги» и то, что в этом явлении существенно. Нужно также знать, что такое «стоимость товара». В итоге значение «цены» предполагает установление ее связи с деньгами и со стоимостью товара. До этого «цена» остается только понятием о ней и не более того.

*Сущность* – это не только общее в явлениях. Это такое *общее, которое устойчивое*, долгоживущее [1, с. 86], повторяющееся в явлениях. Она не может быть определена простым наблюдением. Сущность постигается только в мышлении, т.е. в логическом выведении понятий о явлениях на уровне их общих существенных устойчивых связей и признаков с другими явлениями.

Для понимания этого тезиса нужно уточнить, что общее в явлениях одной сущности должно быть не формально, а *реально* общим. Так, например, определение продуктов труда как товаров означает, что они есть не только разные полезные вещи (блага), но и обладают стоимостью и потому могут обмениваться. Стоимость полезных вещей – это реально общее в товарах. Более того, взаимоотношение блага и его стоимости таково, что они не существуют друг без друга (в противном случае – это не товар) и потому они есть стороны, свойства одной целостности и в этом смысле они тождественны, реально общи товару.

Сущность – это норма, закон, явление, т.е. нормальное, устойчивое, а не случайное, не отклонение от нормы. Иначе говоря, явление должно соответствовать своему понятию, своей сущности. Если же явление набирает в себя свойства, признаки, которые все более удаляют его от своей нормы, своего понятия, вытесняют свойства своей нормы, то они все более делают это явление явлением *иной сущности*.

Когда выясняется сущность явления, то несущественные его свойства «погашены», абстрагированы. И поэтому сущность проще явления. Последнее сложно, а сущность проста (по сравнению с явлением). Явление «богаче» сущности, оно конкретно, а сущность – абстрактна. Явление наблюдаемо, сущность не наблюдаема, познаваема только в теории.

Если бы явление и сущность совпадали, то теория была бы излишней: что дано в ощущениях, то было бы и на самом деле, в сущности. Но такого совпадения нет. Сущность является, а явление существенно.

Поясним эти общетеоретические положения на анализе величины цены единицы конкретного (во всех отношениях) товара. Уже на чувственном, а тем более эмпирическом уровнях знания обнаруживается, что величина цены единицы этого конкретного товара зависит (как минимум) от шести факторов.

Во-первых, это величина цены предложения конкретным продавцом на конкретном рынке единицы конкретного товара. Конкретность самого рынка может состоять как в его конкурентном состоянии (что обусловлено его рыночной структурой), так и в монополизированном в конкретной степени (опять же соответственно рыночной его структуре).

Во-вторых, этот конкретный товар, как вещь, может обладать как низкими, так и высокими по сравнению с нормальными, средними полезными свойствами. Поэтому его цена зависит от того, какова величина данного товара не как вещи, а как блага (полезной вещи) [2, с. 116-121].

В-третьих, общий рыночный объем спроса ( $Q^D$ ) и объем предложения ( $Q^S$ ) данного конкретного рода товара как блага могут

быть либо равновесными, а могут отклоняться либо в сторону преимущества объема спроса над предложением, либо напротив – преимущества объема предложения над спросом. При  $Q^D = Q^S$  нельзя эмпирически определить цену единицы товара (блага), кроме пустой фразы о «равновесной» цене. При  $Q^D > Q^S$  цена единицы данного товара будет выше равновесной, а при  $Q^D < Q^S$  – ниже равновесной. И тогда весь вопрос будет состоять в следующем: а что и как определяет равновесную цену? Ответ на этот вопрос предполагает знание сущности цены. Уйти от этого вопроса и ответа можно так, как это делается в микроэкономике, которая определяет цену товара (какую цену?) предельной его полезностью, а в русском языке это означает, что цена товара определяется степенью неудовлетворенной потребности в нем [1, с. 125, 129-130], что фактически является перефразировкой зависимости величины цены единицы товара от соотношения  $Q^D$  и  $Q^S$ .

В-четвертых, в конкурентном процессе цена предложения конкретного продавца сближается (выравнивается) с ценами предложения товара одной родовой общности у других продавцов. Это происходит и при равновесии  $Q^D$  и  $Q^S$  и при их неравновесии [3, с. 59-61].

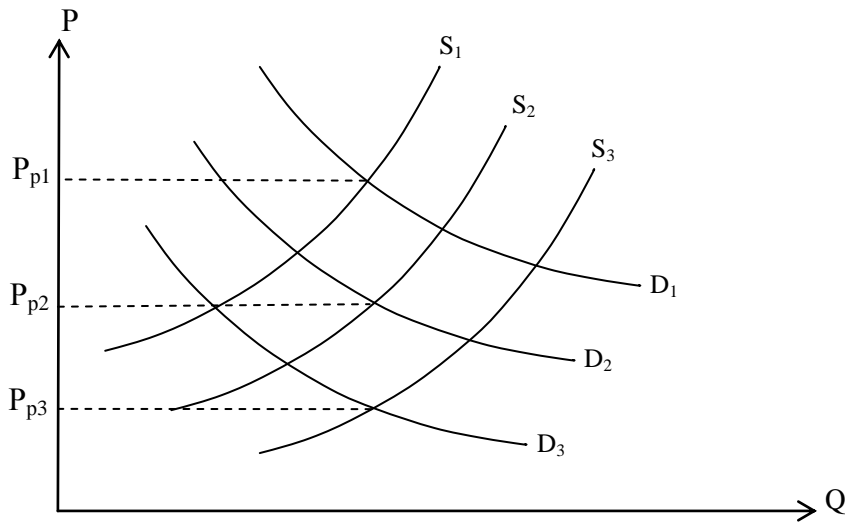
В-пятых, при различии качества (полезных свойств) разных экземпляров товаров одного рода конкурентный процесс приводит к различию цен этих экземпляров пропорционально разнице их качества, т.е. по сути происходит выравнивание цены данного рода товара в расчете на единицу блага [3, с. 78-80].

В-шестых, в условиях монопольного (в том числе – олигопольного) конкретного рынка конкретного рода товара существует близкая к единой цене единицы блага без конкурентного процесса, т.е. монопольная, а не рыночно-конкурентная цена.

Возможно найти и иные факторы величины цены единицы конкретного товара, более того можно возводить какой-либо фактор в единственный, т.е. единичное выдавать за общее. Но при этом остается нерешенным главный вопрос: чем же определяется равновесная цена товара нормального качества (равновесная цена единицы товара-блага)? На рис. 1 показана возможность разной величины равновесной цены ( $P_{p1}, P_{p2}, P_{p3}$ ).

Данное изменение равновесной цены может происходить только в динамике в связи со снижением или увеличением затрат общественно необходимого труда на единицу товара-блага. Только этим можно объяснить, что  $P_{p3}$  была 50 руб., а со старением техники, использованием дорогого сырья и т.д.,  $P_{p1}$  стала 150 руб. Или, напротив, единица экземпляра данного товара продавалась в условиях  $Q_2^D = Q_2^S$  по

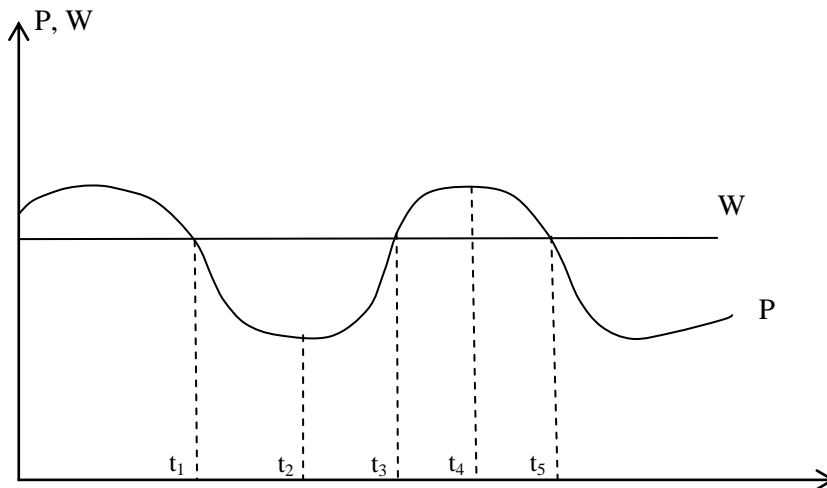
100 руб., но постепенно дорожала из-за снижения производительности труда до 150 руб., хотя по-прежнему  $Q^D = Q^S$ .



Р и с . 1. Различие величины равновесных цен товара одного рода и качества

Не отрицая влияния на величину цены конкретного товара вышеуказанных шести факторов, неизбежно приходишь к выводу, что законом, определяющим основу цены (т.е. ее сущностью), выступает стоимость. И по отношению к ней остальные факторы являются второстепенными.

Цена как денежное явление стоимости содержит в себе возможность и необходимость несовпадения со стоимостью. Но только до определенных пределов (рис. 2).



Р и с . 2. Стоимость (W) как закон цены (P)

Во-первых, как показано на рис. 2, цена количественно совпадает со стоимостью в период  $t_1$ ,  $t_3$ ,  $t_5$  и не совпадает в  $t_2$  и  $t_4$ , что может быть объяснено только превышением объема предложения (S) товара над объемом его спроса (D). Во-вторых, цена все-таки остается как определяемая стоимостью, она колеблется вокруг стоимости, которая остается нормой (законом) цены. В-третьих, временное отклонение цены от стоимости может носить случайный характер, в том числе по субъективным основаниям.

Сущность не зависит от воли людей, тогда как в явлении эта воля присутствует. Так конкретная цена может (временно, при конкуренции) у конкретного продавца изменяться его волевым решением, т.е. субъективно. Но в теории берется во внимание только «общее и повторяющееся в индивидуальном экономическом поведении» [4, с. 116], т.е. объективно обусловленные, определенные по сути как норма (закон) поведения. Такое поведение – закономерно (в меру закона). А неустойчивое в явлении (в поведении) остается за пределами науки, хотя может быть предметом специального изучения для конкретных рекомендаций практике. Это часто встречается в маркетинге, в так называемых «маркетинговых ходах».

Если явление и сущность полностью не совпадают, явление не следует своему закону, то это – явление другой сущности. Так, монополярная цена, которая в своем движении не следует стоимости, принадлежит иной сущности – она не рыночно-конкурентная цена, а именно монополярная. У нее другие законы.

Определение сущности какого-либо явления есть не только знание ее самой, но и ее *отличие от иной сущности*, представленной в своих явлениях, которые могут быть внешне похожи на явления первой сущности. Так заработная плата внешне предстает как доход. Но точно также является то, что называется прибыль. В явлениях и зарплата, и прибыль – это доход. Один субъект «заработал» зарплату, другой «заработал» прибыль. И только раскрыв *сущность* заработной платы уже будет ясно отличие этих доходов. Оно будет еще яснее, если установить *сущность* прибыли. Тогда обнаружится, что они не только различны, но и противоположны.

Таким образом, *различие сущностей* будет определено, если для каждой из них теоретически обнаружено различие их основания, условия существования, процессов формирования.

Сущность хотя и нельзя наблюдать, но она существует на самом деле, а не только в голове познающего ее субъекта. Так стоимость товара нельзя «пощупать», увидеть (в противоположность конкретной его цене как явлению стоимости), но она существует в реальности отношений товаропроизводителей, даже если ее не понимают, не думают о ней, как это было тысячелетие назад, когда уже был развитый товарообмен, а знания стоимости не было. Отражение стоимости в теории, в экономической категории «стоимость» – это одно, а ее существование в реальности – это иное. И первое (категория) не может иметь смысла без второго (реальность).

## Список литературы

1. Буданов В.Г. О методологии синергетики // Вопросы философии, 2006. № 5. С. 79-94.
2. Петрищев В.А. Производственная деятельность и собственность. Монография. Тверь.: Твер. гос. ун-т., 2008. 200 с.
3. Петрищев М.В. Конкуренция: экономико-теоретическое исследование: монография. Тверь.: Твер. гос. ун-т., 2011. – 172 с.
4. Ананьин О.И. Структура экономико-теоретического знания. М.: Наука, 2005. 464 с.

## **THE ECONOMIC LAW CONCEPT: THE VALUE AS THE PRICE LAW**

**V.A. Petrishev**

Tver State University, Tver

The article demonstrates the unity of phenomenon and its essence. Any phenomenon has different main and minor criteria. The difference is the base of the economic law i.e. the essence managing the phenomenon. The latter corresponds to its essence. These theoretical assumptions are based on empirical detection of price features, their functional correlation with other phenomena. The author proves that the features and correlation play secondary role in price estimation, its essence is the goods value.

**Keywords:** *phenomenon, essence, economic law, price, price features, the value as the price law.*

*Об авторе*

ПЕТРИЩЕВ Виктор Александрович – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Тверского государственного университета, e-mail: [economteor@tversu.ru](mailto:economteor@tversu.ru)

*About the author*

PETRISHHEV Viktor Aleksandrovich – Senior Doctorate in Economics, Professor of Economic Theory Department, Tver State University, e-mail: [economteor@tversu.ru](mailto:economteor@tversu.ru)

### **References**

1. Budanov V.G. O metodologii sinergetiki // Voprosy filosofii, 2006. № 5. S. 79-94.
2. Petrishhev V.A. Proizvodstvennaja dejatel'nost' i sobstvennost'. Monografija. Tver': Tver. gos. un-t., 2008. 200 s.
3. Petrishhev M.V. Konkurencija: jekonomiko-teoreticheskoe issledovanie: monografija. Tver': Tver. gos. un-t., 2011. – 172 s.
4. Anan'in O.I. Struktura jekonomiko-teoreticheskogo znanija. M.: Nauka, 2005. 464 s.
- 5.