

Андрей Дмитриевич
Криворак

40 СТЕРЕОТИПОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Андрей Криворак

**40 стереотипов
экономической науки**

«Издательские решения»

Криворак А. Д.

40 стереотипов экономической науки / А. Д. Криворак —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-515814-7

Эта небольшая работа призвана помочь всем желающим разобраться в причинах отсталости экономик постсоветского пространства. Она не даёт анализ причин отставания и не даёт пути достижения роста, а призвана помочь на пути постижения этих причин и этого пути. Об этом можно прочитать в других работах автора. В частности, в более подробной и полной работе «Политэкономия. Краткое изложение».

ISBN 978-5-00-515814-7

© Криворак А. Д.
© Издательские решения

Содержание

40 СТЕРЕОТИПОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ	6
ВВЕДЕНИЕ	7
Рынок и рыночная экономика	8
СТОИМОСТЬ	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

40 стереотипов экономической науки

Андрей Дмитриевич Криворак

© Андрей Дмитриевич Криворак, 2020

ISBN 978-5-0051-5814-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

40 СТЕРЕОТИПОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

ВВЕДЕНИЕ

Стереотип, это – сложившееся стойкое представление человека или общества о каком-либо явлении или объекте, препятствующее восприятию новой действительности и способное влиять на их поведение и поступки.

Стереотипы, имеющие место в экономической науке, препятствуют экономическому развитию многих стран, в том числе и стран находящихся на постсоветском пространстве. В Советском Союзе одним из таких стереотипов был тезис о том, что рынок на основе частной собственности сам приведёт страну на путь процветания. Результатом воздействия этого стереотипа мышления на деятельность руководства страны, стало применение «шоковой терапии», в качестве инструмента для перехода от плановой экономики к рыночной экономике и от государственной экономики – к капиталистической. В результате были разрушены промышленное и сельскохозяйственное производство. Как следствие – бедность населения, эмиграция, колониальная зависимость от сильных экономик. Те немногие страны, которые, сохранив плановость экономики, не пошли этим путём, сумели на некоторое время удержать экономику от падения. Но приверженность к плановости стала их новым стереотипом и привела к застою.

Здесь приведены стереотипы мышления, одни из которых сохранились от советских времён, другие являются вновь приобретёнными. На экономику они влияют в разной мере. Некоторые из них вообще безвредны, но неприемлемы с точки зрения грамотности, что не украшает ни отдельных индивидов, ни общество в целом.

Каждая короткая глава этой работы начинается представлением очередного стереотипа. Далее раскрывается его ошибочность.

Эта небольшая работа призвана помочь всем желающим разобраться в причинах отсталости экономик постсоветского пространства. Она не даёт анализ причин отставания и не даёт пути достижения роста, а призвана помочь на пути постижения этих причин и этого пути. Об этом можно прочитать в других работах автора. В частности, в более подробной и полной работе «Политэкономика. Краткое изложение» (<https://ridero.ru/books/politekonomiya/>).

Рынок и рыночная экономика

Стереотипы. 1. Рынок, это – место, на котором происходит товарный обмен. 2. Рынок, это – сложные производственные отношения. Есть и другие определения, которые можно отнести к числу стереотипов.

В действительности, к рынку следует относиться, как части общественного производства, которая выполняет большое количество функций. Все они воплощаются в двух фазах общественного производства: распределению и обмену. Отсюда вывод:

рынок – это сфера общественного производства, включающая в себя распределение и обмен товаров.

Стереотип. Рыночная экономика, это – экономика, основанная на рыночных отношениях. Она является антиподом плановой экономики.

Ошибочность этого определения, ставшего стереотипом, состоит в том, что плановая экономика является тоже рыночной, поскольку она существует в рамках товарно-денежных отношений, которые реализуются на рынке. Только этот рынок регулируется со стороны государства. Рыночной же стали называть экономику, основанную не просто на рыночных отношениях, а на отношениях свободного рынка. Все экономики являются рыночными, но не во всех экономиках рынок свободен от регулирования. В рамках научного подхода так называемую «рыночную экономику» следовало бы называть как ***экономику, основанную на свободном рынке***. При этом следует учитывать, что абсолютно свободных и абсолютно регулируемых экономик не бывает. Поэтому экономику с относительно свободным рынком можно называть экономикой со свободным рынком. Экономику с регулируемым со стороны государства или других субъектов рынком следует называть экономикой с регулируемым рынком, а её крайнее проявление – плановой экономикой.

Произошло непредвиденное: не утруждающие себя лингвистическими тонкостями авторы книг по экономике «запустили» термин «рыночная экономика», который стал стереотипом. Он абсолютно неверный и не отображает положения вещей. Но он принят обществом и существует в экономической науке как памятник небрежности авторов от экономики. Таких «памятников» достаточно много, и речь о них впереди.

Стереотип. Товар, это – продукт труда и природы, произведённый для продажи.

С товаром связано два стереотипа. Считается, что товар возник с появлением товарного производства, т.е. производства создающего продукцию для продажи. Но деньги появились задолго до появления товарного производства. На рынке можно было продать избытки производства, или купить жизненно важную вещь за счёт менее важной. Например, если у крестьянина пала лошадь, он мог продать часть зерна, чтобы купить лошадь. Таким образом, представление о том, что товар возник с возникновением товарного производства можно считать стереотипом.

Вторым стереотипом, имеющим отношение к товару, можно считать то обстоятельство, что его относят сугубо к продукту труда или природы. Но фактически, продаётся всё, на что существует спрос. В том числе и абсолютно нематериальные объекты. И среди них те, продажа которых является абсолютно безнравственным или преступным делом. Например, человеческая жизнь или сами люди; продаются честь и совесть; продаётся предательство. Исходя из сказанного, возникает определение товара.

Товар – это любой материальный или нематериальный объект, выставленный на рынке для продажи и имеющий платёжеспособный спрос.

Стереотип. Земля не может быть товаром.

Это мнение достаточно популярно. Однако существует очевидный факт – земля продаётся и покупается. Из этого следует вывод, что невозможность купли-продажи земли является **стереотипом** мышления. Но настораживает, что Библия выступает против продажи земли. («Землю не должно продавать навсегда, ибо Моя земля: вы пришельцы и поселенцы у Меня.» Левит 23 25.) Земля действительно принадлежит всем. И все люди, живущие на ней, равны. Но земли не хватает для всех крестьян. Поэтому нужен инструмент для её распределения. Причём этот инструмент должен работать таким образом, чтобы она попадала наиболее трудолюбивым земледельцам. Таким инструментом люди сделали механизм прав собственности на землю, который допускает её продажу. Он действует во всех странах. У этого инструмента есть конкурент – рынок аренды земли, на котором арендодателем является государство. Этот инструмент распределения широко применяется в Израиле и Голландии. Но он не исключает продажи. Видимо, существование рынка земли более эффективно решает проблему распределения.

Тем не менее, содержание понятия собственности на землю претерпевает значительные изменения в сторону сокращения прав собственности. Теперь собственность на землю не абсолютна.

Практически во всех развитых странах, земельный собственник не располагает правом использования земли не по назначению. Кроме того, он не может снижать её плодородие; препятствовать передвижению по ней людей, если нет другого пути; не может препятствовать использованию земли в общегосударственных интересах. В США фермер не может продавать землю лицам, не имеющим специального сельскохозяйственного образования. Собственники островов, зачастую, не могут препятствовать бесплатному посещению народных пляжей. Собственники парков не могут препятствовать посещению своих парков и т. д. В случае нарушения указанных ограничений, государство имеет право провести отчуждение земли в пользу других частных лиц и фирм. Чем более цивилизованным становится общество, тем больше ограничений оно накладывает на права собственника. Таким образом, общество постепенно движется к обобществлению прав собственности на землю. Но процесс этот медленный, и земля ещё долго будет оставаться товаром.

СТОИМОСТЬ

Стереотипы. 1. Стоимость товара, это – воплощённый в товаре труд. 2. Стоимость, это – воплощённая в товаре ценность.

В определении стоимости противостоят два подхода. Первый классический. В соответствии с ним стоимость представляет собой воплощённый в товаре труд. Новые классики утверждают, что стоимость – это ценность товара, субъективно определяемая каждым покупателем. Оба этих подхода ошибочны, поскольку их сторонники выбрали слишком узкий подход для подбора родового признака. Классики за основу берут взгляд производителя, а новые классики – взгляд потребителя. Таким образом, оба эти подхода породили стереотипы определений. В действительности, при формировании определения стоимости следует учитывать оба взгляда. На рынке встречаются производитель и покупатель. И рынок формирует стоимость товара, учитывая интересы двух сторон. Таким образом, стоимость представляет собой меновую характеристику, учитывая интересы производителя и покупателя. Но это ещё не всё. Если на рынок для продажи выносятся средства производства, то и производитель, и покупатель осознают, что эти средства производства позволят покупателю создавать ренту. Рынок «учитывает» это обстоятельство. Таким образом, возникает стоимость как таковая и её величина.

Стоимость товара – это его меновая характеристика, гармонично сочетающая в себе: воплощённый в товаре труд, ценность и ренту.

Пропорции труда, ценности и ренты в составе стоимости различны и зависят от ситуации. В условиях натурального хозяйства основу стоимости товара составлял воплощённый в нём труд. Но в то же время, стоимость женских украшений определяла их ценность. Стоимость земли формировалась как двадцать годовых рент, которые она приносит. Т.е. – рента, а не труд или ценность, была основой её стоимости. Кстати заметить, что этот момент объясняет парадокс стоимости земли, который состоит в том, что земля человеческого труда в процессе её возникновения в себе не несёт, но стоимость имеет.

Стереотип. Прибавочная стоимость, это – часть созданной трудом рабочего стоимости, которую присваивает себе капиталист.

Такое понятие прибавочной стоимости составляет научное наследие К. Маркса. Согласно его теории прибавочная стоимость – это часть добавленной стоимости, которую создаёт своим трудом рабочий, а присваивает себе работодатель – собственник средств производства. Большинство авторов придерживаются этой версии, но она, между тем, уже превратилась в стереотип.

Дело в том, что капитализм формировался в условиях избытка рабочей силы. Это означало, что рабочий, чтобы выжить соглашался работать за любую, сколько угодно малую, заработную плату лишь бы выжить. Но времена изменились. Рынок труда из рынка покупателя рабочей силы превратился в относительно чистый рынок. Теперь работодатель стал вынужден платить рабочему за его труд по стоимости труда, определённой рынком. То есть, он потерял возможность обкрадывать рабочего. Возникает вопрос: откуда же тогда берётся прибыль капиталиста? Ответ на этот вопрос есть.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.