

# А.И.КАЩЕНКО: КОНЦЕПЦИИ НЕ СГОРАЮТ... (ДО ПЕПЛА)

Пефтиев Владимир Ильич

доктор экономических наук, профессор. ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского», кафедра экономической теории и менеджмента  
г. Ярославль, Россия. E-mail: keu08@yandex.ru

Будущий историк советской политэкономии (а потребность в ее написании со временем будет лишь нарастать. – В.П.) не может и не должен пройти мимо незаурядной личности Александра Ивановича Кащенко (1916–1993). С его именем связана концепция непосредственно общественного производства (продукта), знавшая взлеты и падения. Концепции, даже отвергнутые последующими поколениями, не сгорают до пепла. Что-то несгораемое, неопалимое, невостребованное сохраняет каждая значимая концепция. И наилучший способ отметить юбилей – 100-летие со дня рождения А.И. Кащенко – продолжить его научные поиски по новым маршрутам.

Концепция непосредственно общественного продукта (НОП) и ее теоретический спутник (рабочая сила как объект коллективного присвоения) стала историей, ибо она разрабатывалась в контексте социализма вообще и «развитого» в частности. Раз исчез объект наблюдений – советское общество и плановая экономика, то идея НОП может иметь двоякую историческую судьбу: а) остаться в истории экономической мысли<sup>1</sup> как ошибка, софистика, заблуждение (абберация) и б) вырваться из оков вульгарного марксизма-ленинизма и вернуться к истокам политэкономии, ее базовым понятиям. Второй сценарий нам предпочтителен.

Г) Первый путь снятия идеологической «шелухи» с концепции НОП обозначен нами в статье к 20-летию со дня смерти А.И. Кащенко [6]. От товара к нетовару (А.И. Кащенко дал ему имя – непосредственно общественный продукт) – это вектор и обозримая цель движения человечества. Мы заблудились со строительством «социализма» в СССР. А если вернуться к старту исследования и попытаться идентифицировать промежуточные пункты этого движения. Тогда речь должна идти о модификациях товарного хозяйства в контексте глобализации (без привязки к зигзагам экономической теории России). Не изучена должным образом целая эпоха во всемирной спирали общественного развития – от продукта к товару<sup>2</sup>. Становление товарного хозяйства, по образному выражению К. Поланьи, – это «Великая трансформация» [7]. Ретроспектива движения человечества, может быть, поможет уяснить многое из происходящего и в XXI веке.

Что же касается метаморфоз товарного хозяйства, то накопилась масса данных (наблюдений)

<sup>1</sup> История экономической мысли уходит вглубь веков и предполагает множество подходов к каждому члену триады: история – экономика (часть, фрагмент, слой целостности, именуемой обществом, социумом) – мысль (познание истины) с обязательным философским видением. Подробнее об этом отмечено у А. Мальцева [4].

<sup>2</sup> В дотоварных (архаичных, традиционных) системах хозяйствования иные, чем в товарно-денежных отношениях, инструменты и процедуры регулирования в масштабах общины и расширенной семьи производства, распределения, обмена и потребления жизненных благ. Там прибегают к таким институтам (ныне относящихся к «экзотике»), как дары с иерархизацией статуса дарителя и получателя, брачный выкуп (с деталями и подробностями «на виду»), коллективные трапезы, натуральные деньги и пр. Кое-что из вышеназванного исполняется и сегодня у отдельных народов и в труднодоступных территориях. Автор лично убедился в живучести этих институтов в Сенегале (рыбацкая община), на о. Бали и на озере Титиката (Перу).

о неадекватности трудовой концепции стоимости реалиям рубежа XX–XXI веков.

А) В.Л. Иноземцев утверждал еще в середине 90-х годов XX в. о диффузии стоимости: «Подрывают действие закона стоимости уникальные и невозпроизводимые блага (перечень растет. – В.П.), с одной стороны, и деятельность, немотивированная сугубо материальными интересами – с другой» [1].

Б) Н.К. Сагадиев (Казахстан) предлагает многовекторный анализ стоимости. Товар – это наличность бытия (потребление и труд). Затраты и возмещение продавца и покупателя образуют парные понятия: одно предполагает другое. Труд (конкретный и абстрактный) не создает стоимости как таковой. Стоимость – это отношение обмена; оно (отношение) не создается трудом. У каждой стороны в обмене (продавец и покупатель) возникает тождество двух благ. Двойное определение стоимости (трудом производителя и трудом потребителя) было окончательно утрачено в монизме Маркса [8].

С) Многие авторы акцентируют информационную природу труда и стоимости, из чего вытекает нетрадиционное определение цены: цена – это продукт обработки информации (из разных источников) агентами рынка. Причем анализ и оценка информации касаются не только себестоимости и выручки, но и многих параметров индивидуального, территориального и меж- и отраслевого воспроизводства (доля на рынке, инвестиции, финансовая устойчивость, действия регуляторов и пр.). Иными словами, налицо усложнения механизма рыночного взаимодействия в современных условиях.

Эти позиции вызывают к полномасштабной ревизии былых трактовок и воспринимаются нами как информация к размышлениям.

II) Концепция НОП – классический пример забегания вперед в общественной эволюции.

Равновесие замысла и факта может быть найдено, если обратиться к многозначному слову и понятию «благо». Не отвергая значимость в истории экономико-философской мысли библейской благодати и морально-этического противостояния добра и зла, вернемся к метаморфозам экономического блага. Такие блага относительно ограничены (доступный объем меньше потребности в них) и поэтому имеют цену. К экономическим благам относятся все невозобновляемые ресурсы и часть возобновляемых ресурсов (свежий воздух и чистая вода) [2]. И не возбраняется заняться вплотную познанием таких глобальных благ, как здоровье, знание, безопасность и др. И по этому исследовательскому маршруту не исключены неожиданные открытия, равно как и заблуждения. Научный поиск должен быть продолжен.

Обозначим контуры и особенности энергоносителей как особого типа глобального блага. Энергоносители представляют собой полифункциональный объект для политико-экономического анализа. Его полифункциональность объясняется следующими факторами: сбалансированная и безопасная энергетика пополнила список глобальных проблем современности (наряду с нищетой и бедностью, изменением климата, борьбой с терроризмом); энергоносители выступают и как фактор производства, и как товары; нефть и газ имеют конкурентов в лице альтернативных энергоносителей (солнечные батареи, ветряки, метанол из отходов сельского хозяйства); нефтегазовому комплексу организационно и технологически присуще тяготение к вертикальной интеграции; рынки нефти и газа имеют свойства естественной монополии; чистые доходы в НГК сочетают ренту и прибыль; нефть и газ выступают как инструменты геоэкономики и геополитики; на мировых рынках нефти и газа совмещены черты товарного рынка и рынка ценных бумаг (т.н. дуализм ценообразования). Итак, нефть и газ – это ресурсы уникальные, невозпроизводимые, «не как все» продукты труда, с небольшим диапазоном диверсификации (по смесям) и персонификации спроса (в отличие, скажем, от легковых автомобилей или бытовой техники). Энергоносители, являясь глобальными благами, относятся к классу благ с повышенным общественно значимым приоритетом. Именно в сфере энергоносителей процесс обобществления пустил самые глубокие и прочные корни [5].

С рубежа XX–XXI вв. в структуре валового внутреннего продукта (ВВП) существенное, а то и преобладающее место занимает сфера услуг (18 групп). В отличие от товара (осязаемой вещи) услуга как базовое понятие политэкономии обладает набором специфических свойств: а) услуга неосязаема (не отождествлять с нематериальностью), но для ее оказания необходимы материальные ресурсы и инфраструктура; б) одновременность производства и потребления услуги; в) клиент является целью и ресурсом производства услуг; г) новые технологии радикально преобразили сферу услуг, особенно в медицине и образовании; д) до потребления услуги проблематична оценка качества услуги; е) вступает в силу внешнеэкономический фактор – взаимное доверие [10]. Образование совмещает во времени и пространстве общественную ценность знания и компетенции (набор навыков и умений, сертифицированных и стандартизированных государством и его регулятивными органами от имени общества).

Известный институционалист В.Л. Тамбовцев (МГУ) обнаружил в феномене управления основания для политико-экономического анализа. Управленческое решение как экономическое благо находится на перекрестке интересов теории и эмпирики: а) удовлетворяется потребность в плане действий; б) в нестандартных условиях решения, как правило, уникальны, т.е. обладают редкостью; в) решения – это социально-значимое благо; г) эксперт отвечает за полноту и качество информации, послужившей материалом для выработки предложения, рекомендации, пожелания [9].

С конца 80-х годов XX в. бренду как глобальной категории посвящаются публикации зарубежных и российских авторов. Бренд как продукт и его ценность проявляются в следующих тезисах. Бренд – это: а) марочный продукт (премиум); б) воспринимается покупателем всеми органами чувств и остается надолго в его памяти; в) покупатели ценят его качество и получают удовлетворение от его использования; г) бренд предстает как послание фирмы деловому сообществу о своей самоидентификации и самореализации. Последний признак бренда свидетельствует о его коммуникативной функции (социальной, а не только экономической ценности) [3].

И в этом ракурсе исследования продукта (благо, услуга) просматривается тенденция к возрастанию значения общественного признания труда в любой сфере деятельности и общения. Последнее чрезвычайно актуально, ибо труд – это и общение, а не только расходование жизненной энергии (мускулов, нервов, мозга).

III) Глобализация открыла новое поле для размышлений политэкономов. Позиционирование товара в системе понятий политэкономии радикально изменилось. Для эпохи глобализации важно сменить исходный пункт анализа. Для XIX в. таковым был товар как элементарная клеточка богатства. С рубежа XX–XXI вв. горизонт хозяйствования расширился до мирового хозяйства. Соответственно, в общей экономической теории предстоит совершить кардинальную инверсию: не от простого к сложному, а от расщепленного сложного (глобализация) через промежуточные ступени (регионы и/или ТНК) к простому (товар). Товар в эпоху глобализации становится ячейкой программно-целевой интеграции с ближними и дальними подступами.

Но глобализация – процесс нелинейный, с зигзагами динамики и растущими противоречиями. Товарное хозяйство еще не внедрилось на огромных территориях за пределами развитого мира. Глобализация как всеобщая взаимозависимость порождает институциональные и структурные аномалии, асимметричность в балансе приобретений и потерь для разных участников. Внутри и между ТНК (особый субъект глобализации) развиваются трансфертные сделки и операции с особыми режимами ценообразования, которые не укладываются в привычные рамки эквивалентного обмена. Глобализация порой не сглаживает различия в мировом экономическом пространстве, а, напротив, их усугубляет. На мировых рынках (например, нефти и газа) процесс сегментации, дезинтеграции, центробежности усилился после кризиса 2008–2009 годов.

Глобализация затронула и образовательную деятельность. Знания, подкрепленные компетенцией, необходимы человеку на протяжении всей его жизни, от детского сада (дошкольного учреждения) и до университета и далее на рабочем месте. От работника требуется глобальная востребованность с невиданным ранее набором способностей (владение иностранными языками, компьютерная грамотность, умение работать в команде и др.). Но реформы в образовании проходят сложно, с грубейшими ошибками, разрушением здоровых традиций. Не найдено оптимальное соотношение между книжной цивилизацией и новинками информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Рабочая сила в эпоху глобализации несопоставима по жизненным стандартам с бюджетом выживания при «развитом» социализме. Ее совершенствование невозможно без внушительных вложений в человеческий капитал (медицина, образование, культура, спорт). От рабочей силы ждут творческой отдачи, выгоды от которой заслуживают справедливого распределения между работодателем и лицом наемного труда (ЛНТ).

Новые явления в содержании и функционировании рыночной экономики начала XXI века очевидны и масштабны, но им еще не найдено достойное место в итоговой картине современности. Видимо, преждевременно оценивать модификации товарно-денежных отношений как безвозвратный сдвиг от товара к нетовару (непосредственно общественному продукту). Однако в концепции А.И. Кашенко исключительной ценностью обладают рассуждения о возможности общественного признания индивидуальных затрат отдельных производителей (в социально значимых секторах и отраслях реальной экономики) и необходимости общественного контроля в экономике и политике России.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Иноземцев В.Л. К теории постэкономических формаций / В.Л. Иноземцев. – М.: Таурис, 1995. – 195 с.
2. Киреев А.П. Экономика / А.П. Киреев. – М.: ВИТА-ПРЕСС, 2012. – 256 с.
3. Лобода Л. Концепция бренд-линейности / Л. Лобода // Маркетинг. – 2013 – № 1. – С. 27–44.
4. Мальцев А. Эволюция методов изучения истории экономической мысли / А. Мальцев // Общество и экономика. – 2015. – № 7. – С. 161–183.
5. Новикова А.М. Нефтегазовый комплекс в контексте глобализации / А.М. Новикова, В.И. Пефтиев. – Ярославль: Изд. ЯГПУ, 2009. – 131 с.
6. Пефтиев В.И. А.И.Кашенко: притяжение личности, мощь таланта, продолжение следует / В.И. Пефтиев // Вестник Ярославского гос.ун-та им. П.Г.Демидова. – 2013. – № 2. – С. 172–174.
7. Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ie.boom.ru/Polanyi/Polanyi.html](http://www.ie.boom.ru/Polanyi/Polanyi.html)
8. Сагадиев Н.К. Принцип относительности / Н.К. Сагадиев // Экономические науки. – 2009. – № 11. – С. 54–62.
9. Тамбовцев В.Л. Управленческое решение как экономическое благо / В.Л. Тамбовцев // Общ.науки и совр.(ОНС). – 2013. – № 1. – С.160–168.
10. Sciences Humaines. Paris. – 1999. – № 91. – P. 36–39.