Записки Ленинградского ордена Ленина и ордена Трудового Красного Знамени горного института им. Г. В. Плеханова. т. XLIX, вып. 3, 1970 г.

КАТЕГОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТИ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛИЗМА

М. И. Петрова

Практика социалистического и коммунистического строительства выдвигает перед экономической наукой много новых и сложных задач. И чем глубже будут изучены закономерности развития коммунистического способа производства, тем успешнее будут решены эти задачи.

Перед нашими планирующими органами постоянно встает вопрос: какие средства производства и предметы потребления надо производить при данных условиях, чтобы в наибольшей степени удовлетворить личные и производственные потребности общества, обеспечить наиболее быстрый рост производительности труда и развитие общества в целом. В связи с этим особое значение приобретают вопросы, связанные с полезностью продуктов, т. е. проблема потребительной стоимости в экономической теории марксизма.

Непосредственной целью социалистического общества является все более полное удовлетворение растущих потребностей трудящихся. Еще в ранних своих работах В. И. Ленин показал коренное изменение цели производства при социализме. «Все производимое рабочими и все улучшения в производстве должны идти на пользу самим трудящимся»[1]. В процессе производства создаются материальные ценности — потребительные стоимости, которые идут на удовлетворение личных и производственных потребностей. Следовательно, уровень материального благосостояния находится в прямой зависимости от увеличения масс потребительных стоимостей, улучшения их качества и ассортимента.

Долгое время категория потребительной стоимости недостаточно изучалась нашей экономической наукой. Такое положение было обусловлено тем, что до 50-х годов проблема потребительной стоимости, полезности вещи решалась несколько односторонне. На первый план выдвигалась проблема количества потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения насущных, первоочередных потребностей. Особенность этого периода заключалась в том, что население, испытывающее острый недостаток в средствах производства и предметах потребления, не предъявляло высоких требований к качеству и ассортименту приобретаемых изделий. Но к настоящему времени общественные потребности и возможности их удовлетворения существенно изме-

[1] В. И. Ленин. ПСС, т. 2, стр. 84.

нились. Кроме того, недостаточное внимание к категории потребительной стоимости объяснялось и традицией, сложившейся в экономической литературе: считалось, что уже само изучение этой категории означало переход на точку зрения австрийской школы в буржуазной политической экономии. Но такое отношение к рассматриваемому понятию глубоко ошибочно и не соответствует методологии К. Маркса. Ошибка австрийской школы не в том, что она изучает полезность вещи, ее потребительную стоимость, а в том, *как* она изучает эту категорию. В частности, ее ошибка заключалась в анализе потребительной стоимости в отрыве от производства, в субъективном подходе к ней — с точки зрения отдельного индивидуума.

Такое положение было связано также с тем, что многие экономисты относили потребительную стоимость к товароведческим категориям. Беря за основу своих выводов известное положение К. Маркса о том, что «...потребительная стоимость товаров составляет предмет особой дисциплины — товароведения»[2], изучали, главным образом, только одно свойство товаров — их стоимость. Так, польский экономист Б. Минц пишет, что «...полезность товаров как с точки зрения их объективных свойств, то есть потребительных стоимостей, так и с точки зрения субъективных оценок их людьми, к предмету политической экономии не относится»[3].

Действительно, К. Маркс разграничивал политическую экономию и товароведение, изучающее конкретные физические и химические свойства товаров. Но это вовсе не означает, что К. Маркс исключал категорию потребительной стоимости из предмета политической экономии. Он лишь категорически отвергал попытки включить в предмет политической экономии естественные свойства товаров как таковые (физические, химические, геометрические и другие свойства). К. Маркс критикует включение потребительной стоимости в предмет политической экономии в тех разделах своих работ, которые посвящены выяснению сущности меновой стоимости товаров, т. е. определению стоимости. Его критика направлена против тех буржуазных экономистов, которые пытались определить стоимость товара его потребительной стоимостью, полезностью. «Капитал» К. Маркса дает методологическую основу для правильного истолкования экономического значения потребительной стоимости. Последняя включается в предмет экономической науки, когда она сама (потребительная стоимость) становится определенностью общественной формы. «Сама прибавочная стоимость выводится из „специфической" потребительной стоимости рабочей силы... что стало быть у меня потребительная стоимость играет важную роль»[4].

Политическая экономия не может обойтись без детального изучения и использования категории потребительной стоимости в практике коммунистического строительства. Нельзя изучить национальное богатство общества без категории потребительной стоимости, так как последняя составляет вещественное богатство любого общества. К. Маркс делит все общественное производство на два больших подразделения. Такое деление связано с учетом различного экономического назначения предметов, представляющих собой потребительные стоимости для личного и производственного потребления. Категория потребительной стоимости имеет существенное значение при определении пропорции между производством и потреблением, между отраслями обществен-

[2] К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., изд. 2, т. 23, стр. 44.

[3] Б. Минц. Политическая экономия социализма. Изд-во «Прогресс», 1965, стр. 20.

[4] К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., изд. 2, т. 19, стр 386.

ного производства, между накоплением и потреблением. Следовательно, без изучения категории потребительной стоимости невозможно определить оптимальную структуру производства средств производства и предметов потребления, которая бы наилучшим образом сочетала текущие и перспективные задачи развития общества. Не вызывает сомнения и то, что проблема роста благосостояния населения находится в прямой зависимости от количества и качества произведенных в обществе предметов потребления и степени удовлетворения потребностей членов общества, что в свою очередь невозможно изучить без учета производимых потребительных стоимостей, их полезности.

Следовательно, общество должно решить вопрос, в каких же потребительных стоимостях должен воплотиться его труд, вопрос о соотношении затрат общественного труда и получаемых в результате производства потребительных стоимостей.

Следует отметить, что ряд потребительных стоимостей является непосредственным объектом изучения политической экономии. К ним можно отнести: а) потребительную стоимость товара *рабочая сила* в капиталистическом обществе — последняя удовлетворяет потребность капиталиста в производстве для него прибавочной стоимости; б) потребительную стоимость ссудного капитала — она проявляется в том, что приносит владельцу товара — *капитала* прибыль в виде ссудного процента; в) потребительную стоимость денег, которая, прежде всего, состоит в том, что деньги являются всеобщим покупательным средством, всеобщим эквивалентом. Все товары выражают воплощенную в них стоимость в обмене на деньги.

Что же такое потребительная стоимость? Она представляет собой полезное свойство вещи, ее способность удовлетворять потребности общества и отдельных членов общества в виде средств производства и предметов потребления. Здесь речь идет лишь о способности вещи удовлетворять потребности, а не о самом удовлетворении этой потребности. Так, потребление средств производства уже есть процесс производства. Полезность вещи делает эту вещь потребительной стоимостью. Но, по словам К. Маркса, полезность вещи «не висит в воздухе». Обусловленная свойствами товарного тела, полезность не существует вне этого товарного тела. Поэтому товарное тело само есть потребительная стоимость. Вещь сама по себе — это форма потребительной стоимости, а свойства этой вещи — содержание потребительной стоимости.

Потребительными стоимостями могут быть как продукты человеческого труда, так и многие вещи, не являющиеся продуктами труда людей. Первоначально человек начал присваивать потребительные стоимости в готовом виде, но такое потребление не является нормальным. Оно и оказалось скоропроходящим. Для человеческого общества, вышедшего из состояния дикости, всякая потребительная стоимость выступает как результат труда людей. Природа, хотя и участвует в создании потребительных стоимостей, без труда людей, за немногими исключениями, не дает членам общества потребительной стоимости. Создавая потребительные стоимости, человек использует вещество природы, изменяя его и приспосабливая к своим потребностям, поэтому вещественные элементы являются предпосылкой труда людей. Пропорция между природным веществом и трудом различна в разных потребительных стоимостях, но последние всегда содержат вещество природы. Таким образом, потребительные стоимости выражают отношение между человеком и природой и потому могут рассматриваться как результат воздействия человека на природу, результат ее изменения. Но человек

взаимодействует с природой не в одиночку, а как член общества. Иными словами, взаимодействует с природой общество. В силу этого и продукты человеческого труда приобретают общественный характер. Производство потребительных стоимостей необходимо при любом способе производства, так как они определяют богатство общества, являясь вечной экономической категорией.

Проблема полезности вещи, ее потребительной стоимости сложна. Изучение ее только начинается. Категория потребительной стоимости пока еще даже не рассматривается ни в одном учебнике по политической экономии. В экономической литературе до сих пор нет единого мнения об экономическом содержании этой категории.

Некоторые экономисты разграничивают естественную полезность продукта и потребительную стоимость как экономическую форму выражения полезности этого продукта. Они считают, что совокупность потребительских свойств вещи образует не ее потребительную стоимость, а полезность этого продукта, что в процессе производства создается естественная полезность продукта, потенциальная потребительная стоимость, а действительная потребительная стоимость создается только на рынке соответственно спросу. «Потребительная стоимость как экономическая категория — это «оценка» полезного качества товара, обусловленная наличием в нем полезных естественных свойств, способных удовлетворить какую-либо потребность покупателей» [5]. По их мнению, потребительная стоимость создается не конкретным трудом в процессе производства, а рынком, спросом. С подобным утверждением нельзя согласиться, так как потребительные стоимости потому качественно отличаются друг от друга, что на их производство затрачен конкретный труд, т. е. целесообразная деятельность человека в определенной конкретной форме.

Многие экономисты не видят взаимосвязи между полезностью продукта и его потребительной стоимостью. Они заявляют, что «строго говоря, полезность и потребительная стоимость не одно и то же» [6]. В доказательство этого они ссылаются на то, что неразрабатываемый угольный пласт не является потребительной стоимостью, хотя уголь и имеет полезность, давно известную людям [7]. Здесь явно забыто положение К. Маркса о том, что «...полезность вещи делает ее потребительной стоимостью» [8]. Вещь потому и является потребительной стоимостью, что она обладает полезными свойствами, которые способны удовлетворить потребности людей.

Ряд экономистов связывает существование категории потребительной стоимости только с товарным производством. Они различают индивидуальную потребительную стоимость, выступающую в качестве «...естественной полезности продукта...», и общественную потребительную стоимость как «...специфическую экономическую форму выражения естественной полезности товара, присущей лишь товарному хозяйству...» [9]. Но общественную потребительную стоимость нельзя рассматривать только как категорию товарного производства. Потребительные стоимости в своей совокупности образуют богатство любого общества. Нельзя рассматривать общественную потребительную стоимость как форму проявления естественной полезности только товара.

---

[5] В. Бадер. Социалистический продукт. Изд-во «Экономика», 1967, стр. 86.
[6] Р. Т. Матюшкина. Методологические аспекты исследования общественной потребительной стоимости. Вестн. Моск. ун-та, 1968, № 3.
[7] Там же, стр. 44.
[8] К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., изд. 2, т. 23, стр. 44.
[9] В. Бадер. Социалистический продукт. Изд-во «Экономика», 1967, стр. 86.

Следует иметь в виду, что не всякая вещь, являющаяся общественной потребительной стоимостью, выступает как товар. В истории имели место такие экономические условия, при которых продукты труда, обладавшие общественной потребительной стоимостью, предназначались их производителями не для себя, а для чужого потребления и при этом не являлись товарами. Так, в первобытном обществе потребительная стоимость носила общественный характер, хотя продукт труда и не принимал товарной формы. Мы знаем, что крепостной крестьянин вынужден был отдавать часть произведенного им продукта помещику. Крепостной создавал потребительные стоимости не для себя, а для других. Но и в этом случае между феодалом и крепостным крестьянином не возникало никаких товарно-денежных отношений. Передача феодалу части произведенного продукта не имела под собой в качестве основы никакой товарной сделки. В нашем государстве таким примером может служить продразверстка. В этом случае продукт труда не принимал товарную форму, хотя и выступал в качестве общественной потребительной стоимости.

Богатство в любой общественно-экономической формации представлено в виде определенных потребительных стоимостей — будь то дары природы или продукты человеческого труда. Эти потребительные стоимости выступают в обществе как потенциальные потребительные стоимости, обладающие и потенциальной полезностью. Но потенциальная потребительная стоимость превращается в действительную, общественную потребительную стоимость, как только она переходит в руки потребителя. Следовательно, общественная потребительная стоимость реализуется лишь в процессе потребления, вне потребления она не существует.

При социализме сохраняются товарно-денежные отношения, товарное производство. Поэтому и потребительная стоимость носит отпечаток товарно-денежных отношений. Потребительная стоимость, как свойство товара, есть общественная потребительная стоимость. Чтобы произвести товар, необходимо произвести не просто потребительную стоимость, а потребительную стоимость для других, общественную потребительную стоимость. Общественный характер потребительной стоимости проявляется в том, что, во-первых, продукт должен удовлетворять потребности не товаропроизводителя, а покупателя, то есть предполагается обмен; во-вторых, потребительная стоимость является носителем общественных отношений, то есть стоимости; в-третьих, потребительная стоимость становится действительной потребительной стоимостью т о л ь к о в процессе потребления. «Потребительная стоимость реализуется, начинает выполнять свою функцию лишь после того, как товар перешел в сферу потребления. В руках производителя он существует лишь в потенциальной форме» [10]. Общественную потребительную стоимость нельзя рассматривать в отрыве от общественных условий. В этом аспекте она имеет исторический характер. Потребительная стоимость есть явление общественное и историческое, связанное с развитием общества, его умением открыть и использовать в своих интересах естественные свойства вещей. «Каждая такая вещь есть совокупность многих свойств и потому может быть полезна разными своими сторонами. Открыть эти разные стороны, а следовательно, и многообразные стороны употребления вещей есть дело исторического развития» [11].

[10] К. М а р к с и Ф. Э н г е л ь с. Соч., изд. 2, т. 25, ч. 1, стр. 306.
[11] Т а м ж е, т. 23, стр. 43.

По мере развития науки и техники, в результате опыта познаются все новые свойства вещей, новые способы их употребления. Так, некоторые примеси в рудах, особенно в рудах цветных металлов, считавшиеся бесполезными, с развитием науки и техники превратились в полезные компоненты. Редкоземельные элементы до последних лет не являлись общественной потребительной стоимостью. И только само общество на определенной ступени своего развития придало им характер общественной потребительной стоимости.

Общественная потребительная стоимость — это полезность вещи, обусловленная различными объективными естественными и социально-экономическими свойствами и реализуемая в процессе потребления (личного и производственного). Разнокачественные потребительные стоимости обладают различными полезными свойствами, в силу чего и удовлетворяют различные потребности общества. К. Маркс и Ф. Энгельс рассматривали полезность продукции, ее способность удовлетворять потребности людей как явление объективное, определяемое объективными процессами развития общества. Экономическую жизнь общества определяет непосредственный процесс производства, как главенствующий фактор существования и развития человеческого общества. В процессе производства члены общества создают и преобразуют продукты природы применительно к человеческим потребностям, то есть создают для потребления реальную вещь, без которой процесс потребления невозможен. Производство всегда есть отношение людей к природе, но анализ конкретной экономической системы всегда предполагает производство в определенной общественной форме. Нельзя рассматривать производство безотносительно к общественному строю.

На первый взгляд может показаться, что полезность вещи, ее потребительная стоимость определяется субъективными, чисто произвольными оценками индивидуумов. Субъективисты рассматривают полезность вещи, ее потребительную стоимость, исходя из психологических, вкусовых склонностей индивидуумов, то есть из того значения, какое имеет для него та или иная вещь. Это ненаучное понимание субъективного. Субъективность не есть нечто самостоятельное, она всегда является отражением и выражением объективного. Психология людей в действительности не может служить исходным пунктом в анализе экономической жизни, ее объективных категорий и законов. Являясь одной из форм общественного сознания, она сама определяется объективными условиями жизни людей, в конечном счете — экономическим строем общества.

Переход от одной формы собственности к другой и соответственно от одного типа производственных отношений к другому совершается не произвольно, не по желанию людей, а по объективным законам общественного развития. Поэтому субъективизм в том смысле, в каком его понимали буржуазные экономисты, противоречит марксизму. Однако будет неправильным отрицать полностью субъективное в познании объективных категорий и экономических законов. Субъективная форма познания не отрицает его объективного содержания и источника.

В области общественной жизни, как и в природе, сущность и явление не совпадают. «Если бы форма проявления,— писал К. Маркс,— и сущность вещей непосредственно совпадали, то всякая наука была бы излишня» [12].

Поэтому категория потребительной стоимости субъективна по форме и объективна по содержанию при определяющей роли послед-

[12] К. Маркс. Капитал, т. 3. Изд-во полит. лит-ры, 1949, стр. 830.

него. Если сначала охарактеризовать видимость явлений, то может показаться, что потребительная стоимость определяется чисто субъективными оценками людей. Но это лишь внешняя форма ее проявления. Если проследовать от поверхности явлений к их сущности, к глубинным процессам, скрытым от глаз наблюдателей, то за субъективными оценками полезности продуктов, их потребительной стоимости со стороны различных потребителей стоят определяющие их объективные общественные условия. Следовательно, субъективные оценки в своей массе возникают не произвольно, а как выражение взглядов, определяемых всеми сторонами жизни общества, и в первую очередь, уровнем его экономического развития, социальным положением различных членов общества, уровнем их доходов, их культурным развитием и т. д. «Потребитель не более свободен, чем производитель. Его мнение основывается на его средствах и потребностях. И те и другие определяются его общественным положением, которое зависит в свою очередь от организации общества в целом» [13]. Следовательно, потребительная стоимость является объективной экономической категорией.

В капиталистическом обществе, где конечной целью производства является получение максимальной прибыли, все подчинено этой цели. Расширение или сокращение производства не определяется отношением производства к общественным потребностям. Все определяется нормой прибыли, то есть отношением прибыли, получаемой капиталистами, к применяемому капиталу. Капиталистические производственные отношения затушевывают то, что в процессе труда, производства создаются конкретные виды продукции, определенные потребительные стоимости, которые призваны удовлетворять общественные потребности в этой продукции. Уровень развития производительных сил в современных капиталистических странах свидетельствует о том, что потребности общества и особенно трудящихся могли бы удовлетворяться на более высоком уровне, чем они удовлетворяются в действительности. Однако существующие там производственные отношения делают это невозможным. Производство потребительных стоимостей, удовлетворение потребностей играют в капиталистических странах подчиненную роль.

Непосредственной целью социалистического общества стало его естественное назначение — удовлетворение растущих потребностей общества. Поэтому при составлении планов определяющим началом должно стать сопоставление полезных свойств различных предметов потребления друг с другом и с необходимыми для их изготовления количествами труда. Социалистическое государство, планируя хозяйство, может установить заранее взаимосвязь между объемом производимой продукции и общественной потребностью на эту продукцию, с одной стороны, и общественно-необходимыми затратами на производство данной продукции — с другой. Такой подход к планированию хозяйства может существовать при наличии научно обоснованной системы показателей, правильно характеризующих общественную потребительную стоимость. Если объем продукции измерять по ее общественной полезности, то это даст возможность установить прямые связи между предприятиями и отраслями, между производителем и потребителем. Цена, построенная с учетом общественной потребительной стоимости, будет способствовать производству и потреблению наиболее экономичной продукции. Все это улучшит научную обоснованность наших планов, их пропорциональность.

---

[13] К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., изд. 2, т. 4, стр. 80.