

УДК 330

## НЕКОТОРЫЕ ИДЕИ ДЛЯ НОВОЙ ТЕОРИИ ЭКОНОМИКИ

**Страгис Юрий Павлович**

канд. экон. наук

Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина, Екатеринбург

*author@apriori-journal.ru*

**Аннотация.** В статье рассматриваются некоторые идеи для возможной новой экономической теории, в связи с критикой некоторых ведущих идей современной теории.

**Ключевые слова:** человеческая деятельность; рациональность; эмоциональность; предложение и спрос; рынок; творческий человек; фактор труда.

---

## CRITICISM OF ECONOMIC ILLUSIONS AND BASIS OF NEW THEORY

**Stragis Yury Pavlovich**

candidate of economics

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltcin  
Ekaterinburg

**Abstract.** This article discusses some ideas for possible new economic theory, in connection with the criticism of some of the leading ideas of modern theory.

**Key words:** human activity; rationality; emotionality; supply and demand; market; creative person; labor factor.

В сфере экономической теории усиливается кризис, но он не признается ни ведущими теоретиками, ни рядовыми исследователями. Экономическая теория не может предсказать ничего, кроме тривиальных прогнозов на уровне домашних хозяйств. Но ведь именно способностью делать точные прогнозы, наука отличается от не-науки.

Частично критика современной науки содержится в статье автора [1].

Экономической теории стать наукой прежде всего мешают устаревшие идеи. Большинство исследователей базируют свои исследования на аксиоматическом методе. Приняв какие-то идеи за неопровержимые истины, такие авторы выводят аналитическим путем все остальные термины, концепции и законы. Такими аксиомами у них являются, например: рациональность, индивидуализм, предельный анализ, совершенная конкуренция, равновесие.

Но даже если согласиться при принятии в качестве аксиом неких идей или рассуждений, возникает вопрос – какие идеи и рассуждения можно и нужно принимать за исходные принципы, а какие – не следует.

Общепринятым является мнение М. Фридмана, высказанное им еще в 1950-е гг., согласно которому в качестве предпосылок можно выбирать любые утверждения. Для наук о природе и для математики это вполне возможно и даже необходимо.

Но экономика, по мнению автора, является наукой не о природе, а о человеческой деятельности, а человеческая деятельность является во многом свободной и не полностью подчиняется требованиям природы и природной логики.

Главное отличие индивида от прочих живых существ – это свобода действий. А свобода действий не может быть полностью описана с помощью математики, т.к. математика была и есть формализацией закономерностей природных процессов, а не человеческих действий.

Чем дальше сфера экономических действий от природных процессов и ресурсов, тем менее точным становится математический анализ такой

экономики. Неверна также модель рынка «совершенной конкуренции» в смысле превосходства над всеми остальными рынками с несовершенной конкуренцией. Реализация свободной конкуренции, в смысле отсутствия на рынке ограничений, довольно быстро приводит к кризисам.

Одновременно, по образцу физики, было решено сделать экономику внеморальной (позитивной) наукой. Экономический человек неявно был тем самым объявлен частью природного мира, т.е. таким же животным или растением, как и все остальные животные и растения.

Соответственно стали изучать не деятельность человека, а поведение, и искали в его поведении черты животного поведения. И такие животные черты были найдены - в потреблении пищи «человек экономический» мало отличается от «животного биологического». Потребление не только пищи, но и всех остальных ресурсов было объявлено неотъемлемым атрибутом «экономического человека».

Поэтому точнее называть такую потребительскую модель – моделью не экономического, а «биологического человека».

При анализе потребления пищи были открыты предельные законы, и из них была выведена правомерность предельных законов и для остальных видов человеческого «поведения» – производства, инвестирования, кредитования и т.д.

В то же время предполагается, что человеческая деятельность является рациональной и эффективной, но предполагается без предварительных доказательств. Видимо, такое неявное предположение является аксиомой для ее авторов.

Но такое предположение не может быть исходной аксиомой, так как природа человека как экономического агента не является полностью рациональной. Но, кроме рациональности, человек также имеет свойства эмоциональности, то есть внезапного принятия решений и действий. В эмоционально принятых решениях нет рассудительности, разумности и

предварительного планирования, однако далеко не все такие решения приносят убытки и неэффективность.

Учитывая эти аргументы, следует признать, что модель рационального «экономического человека» является не только огрублением и упрощением природы реального человека, но и не может вообще использоваться в экономической науке, как непригодная для научных исследований. Модель «экономического человека» предполагает такую нереальную предпосылку, как сведение человека к некой абстрактной потребляющей и покупающей субстанции. Такой «человек» даже ничего не производит, ибо в господствующей теории производитель якобы «потребляет» все факторы производства, а не производит блага.

Человек, ничего не производящий, является не просто абстракцией, созданной для анализа экономических процессов. Такой человек опасен для реальной экономики, так как нельзя потреблять, ничего не производя. Настоящая модель «экономического человека» должна состоять из производителя и потребителя одновременно, и ограничиваться только потреблением не должна.

Если же надо выбрать, что оказывает наибольшее влияние на экономику – производство или потребление, то приоритет надо отдать производству. Также это означает приоритет предложения над спросом. Именно предложение создает не только условия для спроса, но и сам спрос (в виде потребности в новых товарах и услугах), и влияет на него. Влияние спроса на предложение вторично и несущественно. Рынок в первую очередь зависит от производства, а не от потребления.

Идея о том, что потребление определяет производство, лежит в основе современной теории, и эта идея неверна. Не спрос порождает предложение, а предложение порождает спрос, если это происходит в рыночной экономике. В конечном счете, не потребители решают, что производить, а производители производят то, что возможно продать потребителям, и создают спрос с помощью рекламы и маркетинга. Власть

производителей огромна и все более нарастает, а власть потребителей все более уменьшается.

Поскольку власть над производством имеет ограниченное количество собственников и высших менеджеров, то это означает растущую власть меньшинства над большинством, и эта власть определяет структуру и масштабы потребления большинства в интересах меньшинства.

Соответственно этому положению, власть меньшинства опирается не столько на рациональные, сколько на эмоциональные основы потребительского поведения, то есть меньшинство путем рекламы навязывает меньшинству те потребительские стандарты, которые позволяют продать наибольшее количество благ наибольшему количеству покупателей.

Собственно, рациональные планы, решения и действия необходимы, но только в сфере прямого влияния фактора ресурсов на производство, т.е. в промышленности, строительстве и на транспорте, а также в сельском хозяйстве и добывающей промышленности – в первичном и вторичном секторах экономики. Чем дальше отрасль или вид труда отстоит от использования природных ресурсов с их жестко заданными природными свойствами, тем менее требуется рациональный подход, особенно в сфере реализации благ.

В третичном секторе, т.е. в сфере услуг, главную роль играют отношения с потенциальными покупателями и контрагентами, а не с природными ресурсами.

Именно это изменение ситуации требует новых подходов к задаче реализации услуг и дает возможности не столько для рациональных методов продаж, сколько для методов, учитывающих изменчивую психологию покупателей и их изменчивое эмоциональное настроение. В продаже услуг важны не явные рациональные способы продаж, а игра на использовании скрытых желаний потребителей в новых или необычных услугах. Покупателю в этой сфере недостаточно узнать о пользе тех или иных услуг, ему необходимо внушить идею о необходимости таких услуг лично для него.

Такие новые методы действий переходят и в сферу продаж и реализации обычных материальных товаров. Новое предложение рождает новый спрос даже для необычных или новых товаров. Эмоциональный выбор покупателей в отношении какого-либо товара или услуги не подкрепляется рациональными рассуждениями.

Таким образом, именно предложение благ формирует потенциальный спрос, что ставит под вопрос гуманистическую ориентацию рыночной экономики. Ведь если главным действующим лицом являются производители, т.е. фирмы, то их интересы в экономике, политике и прочих сферах жизни являются преобладающими. Фирмы управляют жизнью потребителей, причем управляют произвольно, в своих корпоративных интересах. Истинные хозяева мира – собственники фирм (корпораций). Их идеология не является гуманистической, их истинной целью является власть над рынком, над потребителями, над миром людей. И чем больше их власть, тем меньше гуманизма в этом мире.

Так возникает потребность в анализе потребления. В теории – потребление относится к усвоению полезных свойств всех благ. Но, из-за указанных выше различий в потреблении различных благ, было бы целесообразным разделить потребление пищи и использование всех остальных благ. Потребление пищи для человека является необходимым, и в этом отношении является тем же, чем потребление пищи является для всех остальных живых существ. Но если считать потребление пищи самой характерной чертой для человека, то неясно, в чем же его отличие от животных. Впрочем, некоторые теоретики и некоторые науки и считают человека всего лишь одной из разновидностей животных – гоминидов.

Но если учесть, что человек характерен именно высшими потребностями, которых нет у животных, то потребление пищи не является характерной потребностью человеческих существ. Поэтому следовало бы, по отношению к высшим потребностям, говорить не о потреблении

одежды, жилищ и аналогичных благ, а об их использовании. Т.е. пищу люди потребляют, а более высокие блага – используют.

Очень редко учитывается то, что высшей потребностью человека является производство благ, особенно новых, т.е. творчество. Поэтому вместо понятия «человек экономический» был бы правильнее ввести термин «человек производящий творческий».

Введенная теоретиками «свободная (совершенная) конкуренция» представляется чем-то эффективным, и даже самым эффективным способом координации любых рынков. Но исторический анализ экономического роста, напротив, доказывает, что приближение рынков к состоянию свободной (совершенной) конкуренции провоцирует кризисные явления на этих же рынках, но не моментально, а с неким временным лагом. Последним историческим доказательством вредоносности совершенных рынков является кризис мирового фондового рынка в 2008-2009 гг.

Исходя из этого анализа, можно предварительно сформулировать некоторые идеи для основ новой науки.

Модель «творческого производящего человека» отражает двойственность человеческой деятельности. Человек одновременно и создает (производит) нечто новое, и потребляет (использует) и новое, и старое (уже известное). Человек одновременно находится и в прошлом, и в настоящем, и в будущем.

Человек производящий, несомненно, эффективен, но не в ущерб жизни всех остальных, всего общества. Человек и рационален, и эмоционален, что не мешает его эффективности. Человек ограничен институционально, поэтому и рынок тоже является институтом, и поэтому ни при каких теоретических или практических условиях не может анализироваться или рассматриваться в виде свободного рынка, или рынка с совершенной конкуренцией.

Поскольку «человек производящий» производит блага, то главным фактором из всех известных является фактор труда, а не капитала, или

земли, или что-либо еще. Из этого главенства вытекает отказ применять к нему принцип предельного анализа и принцип снижения издержек. Только такой подход может и в теории, и на практике возобновить научно-технический прогресс во всех странах мира.

Капитал при этом оказывается в подчиненном положении, и должно отказаться от всех иных теоретических представлений.

Таковы в кратком виде некоторые идеи относительно основ новой экономической теории.

### **Список использованных источников**

1. Страгис Ю.П. Концепция мировой экономической истории: предпосылки, принципы, методология, этапы // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://apriori-journal.ru/seria1/3-2014/Stragis.pdf>