

Радим Валенчик

*Кандидат экономических наук, доцент,
valencik@seznam.cz
University of Finance and Administration,
Prague, Czech Republic*

С. Л. Сазанова

*Кандидат экономических наук, доцент,
sazanova@mail.ru
Государственный университет управления,
Москва, Российская Федерация
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Б. А. Ерзнкян

*Доктор экономических наук, профессор,
lyova1955@mail.ru
Центральный экономико-математический институт,
Российская академия наук,
Москва, Российская Федерация
Государственный университет управления,
Москва, Российская Федерация*

Г. Н. Рязанова

*Кандидат экономических наук,
ryazanovagn63@gmail.com
Государственный университет управления,
Москва, Российская Федерация*

Продуктивное потребление и экономические коммуникации

***Аннотация.** Современная экономическая теория не может преодолеть неоклассическую дихотомию «производитель-потребитель», которая противоречит принципу методологического атомизма и поэтому является методологической проблемой. Авторы обнаружили, что дихотомия «производитель-потребитель» частично решается с помощью теоретических инструментов, таких как равновесный подход и балансовый метод, но это не является методологическим реше-*

нием. Авторы доказали, что решением дихотомии «производитель-потребитель» может быть синтез теории производительного потребления и теории экономических коммуникаций.

Ключевые слова: теория поведения потребителей, теория поведения производителей, теория производительного потребления, экономические связи, теория экономического равновесия, полная рациональность, ограниченная рациональность, иррациональность.

JEL: B13, B25, B41, B53, D01, D11, D21, P42, P46.

R. Valenčík

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
valencik@seznam.cz*

*University of Finance and Administration,
Prague, Czech Republic*

S. Sazanova

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
sazanova@mail.ru*

*State University of Management,
Moscow, Russian Federation
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

B. Yerznkyan

*Doc. (Econ.), Prof.,
lvova1955@mail.ru*

*Central Economics and Mathematics Institute,
Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russian Federation
State University of Management,
Moscow, Russian Federation*

G. Ryazanova

*Cand. Sci. (Econ.),
ryazanovagn63@gmail.com
State University of Management,
Moscow, Russian Federation*

Productive consumption and economic communications

Annotation: *Modern economic theory cannot overcome the neoclassical dichotomy «producer-consumer», which contradicts the principle of methodological atomism and therefore is a methodological problem. The authors found that the producer-consumer dichotomy is partially solved with the help of theoretical tools such as the equilibrium approach and the balance method, but this is not a methodological solution. The authors proved that the solution to the producer-consumer dichotomy can be a synthesis of the theory of productive consumption and the theory of economic communications.*

Keywords: *theory of consumer behavior, theory of producer behavior, theory of productive consumption, economic communications, theory of economic equilibrium, complete rationality, limited rationality, irrationality.*

Теория поведения потребителя и теория поведения производителя являются фундаментом современной экономической теории. Их основания были заложены учеными последней трети XIX – начала XX века У. Джевонсом, К. Менгером, Ф. Визером, А. Маршалом и Дж.-Б. Кларком, а предельный анализ как методологическая база обеих теорий и сейчас остается актуальным инструментом экономических исследований. Несмотря на общность дедуктивно-номологического аппарата (предельный анализ) стандартная (mainstream) теория поведения экономического агента остается, по существу, дихотомичной. Дихотомия заключается в том, что экономический агент, с одной стороны, является потребителем, а с другой – производителем. Основным мотивом поведения неоклассического потребителя является стремление к максимизации полезности, а производителя – к максимизации прибыли. Теоретическим инструментом теории поведения потребителя остается теория предельной полезности, а потребителя – теория предельной производительности. Потребитель заинтересован в экономических благах, способных удовлетворить его потребности (гедонистическое потребление)¹ и равнодушен к благам производственного назначения. Производителя интересует производительность экономических ресурсов, позволяющая ему максимизировать прибыль, и он готов отказаться от текущего потребления ради инвестирования в развитие бизнеса. Взаимодействие между производителем и потребителем осуществляется посредством рыночного механизма, который уравнивает спрос и предложение, обеспечивая тем самым экономическую коммуникацию между ними. Дихотомия теории поведения

¹ Roubal, O. The Duality of Hedonism in the Ambivalent World of Polarities // European Journal of Science and Theology. Technical University of Iasi. 2019. Ro. 15. И. 1. S. 203–213.

экономического агента является методологической проблемой, поскольку противоречит принципу методологического атомизма, согласно которому экономический агент должен быть единой и неделимой базовой «частицей» экономической системы.

Ф. Визер первым предпринял попытку построения «мостика» между потребителем и производителем, предложив «теорию вменения», которая в неявном виде согласовывала экономические интересы потребителя и производителя. Он доказал, что потребительские блага «вменяют» стоимость экономическим ресурсам / факторам производства, которые приобретают стоимость только если имеют в глазах потребителя ценность (стоимость) блага конечного потребления, произведенные с помощью этих факторов производства. Соответственно и спрос на блага производственного назначения произведен от спроса на блага конечного потребления. Предложенная Визером «теория вменения» имела не только теоретическое, но и практическое значение, поскольку ее следствием был приоритет морального износа оборудования над физическим, что неизбежно меняло амортизационную политику фирм и формировало экономические предпосылки для ускорения научно-технического прогресса, благодаря механизму ускоренной амортизации.

Следующий шаг в понимании взаимосвязи интересов потребителя и производителя сделал Е. Бем-Баверк, который обратил внимание на то, что производитель отказывается от максимизации текущей полезности ради инвестирования, результатом которого будет рост производительности факторов производства в будущем, а значит и рост его личного благосостояния. Идея, что отказ от текущего потребления должен быть вознагражден процентом за кредит, развивалась еще схоластами, но только Бем-Баверк доказал, что экономический агент (кредитор) сознательно отказывается от максимизации текущего потребления (полезности) в пользу максимизации потребления в будущем.

Свою трактовку взаимосвязи между потребителем и производителем предложил Л. Вальрас, который в созданной им модели общего экономического равновесия доказал существование равновесия между спросом и предложением, то есть между потреблением и производством. Рыночный спрос и предложение в модели Вальраса формируется как суммы индивидуальных функций, а роль координатора выполняет абстрактный «аукционист», обладающий всей полнотой информации о ценах всех товаров и объемах их выпуска. Модель общего экономичес-

кого равновесия Вальраса открыла широкие возможности использования математических методов в экономических исследованиях.

На рубеже XIX–XX вв. в России появился ряд оригинальных исследований, ставших теоретической основой российской, а потом советской, экономико-математической школы, представители которой успешно моделировали экономические процессы на основе применения математического аппарата и балансового метода. Огромное значение для мировой и российской экономической науки имели «Экономические очерки» В.К. Дмитриева, в которой он уже в 1904 г. сформулировал идею межотраслевого баланса и систему «затраты–выпуск». Именно Дмитриев доказал, что в условиях «неограниченной конкуренции» неизбежно формируются предпосылки для формирования запасов готовой продукции, а значит, для кризисов перепроизводства. Впоследствии идеи Дмитриева были развиты в работах Дж. Кейнса, создавшего концепцию «эффективного спроса».

Разработки Дмитриева получили развитие в работах российских и зарубежных экономистов: в 1926 г. в Советском Союзе группой ученых под руководством П. Попова был разработан и опубликован первый в мире «Баланс народного хозяйства СССР за 1923–24 гг.»; параллельно проблемой межотраслевого баланса занимался эмигрировавший из СССР будущий нобелевский лауреат В. Леонтьев (разработавший модель межотраслевого баланса в годы Второй мировой войны). В моделях межотраслевого баланса отражались взаимосвязи между отраслями экономики страны, между сферами производства и потребления. Во второй половине XX века развитие экономико-математических методов в экономических исследованиях привело к созданию системы национальных счетов как системы экономических показателей, отражающих результаты функционирования рыночной экономики.

Таким образом, с конца XIX вв. в мировой экономической науке активно развиваются два подхода к решению проблемы дихотомии «потребитель–производитель». Теоретические основы обоих подходов были заложены в работах В. Дмитриева и других ученых российской экономико-математической школы, но уже с 1920-х гг. исследования и практические разработки советских ученых осуществлялась на основе синтеза марксистской методологии, балансового метода и метода «затраты–выпуск»; а исследования и практические разработки зарубежных ученых были основаны на неоклассической, а затем и кейнсианской мето-

дологии. В 1990-е гг. трансформация российской экономики «от плана к рынку» обусловила и методологический разворот отечественных исследований от марксистской теории к кейнсианско-неоклассическому синтезу, который в настоящее время является основным направлением экономической теории.

Если в основе неоклассического подхода к анализу поведения экономического агента лежал методологический атомизм, теория полной рациональности, предельный анализ и экономико-математические методы, то кейнсианский подход признает значение «психологических факторов», таких как ожидания, ориентация на «соседей» при принятии решений о потреблении и др., а также неэкономических факторов, таких как контракты, обуславливающих негибкость рыночных цен. Таким образом, теория потребителя и теория производителя развивались и усложнялись по мере развития экономической теории в целом, но дихотомия «потребитель–производитель» по-прежнему сохраняется.

На наш взгляд, частичное решение проблемы предлагает теория продуктивного потребления, основные идеи которой были сформулированы М. Фридманом (Теория функции потребления, 1957). Он доказал, что потребление носит продуктивный характер в том смысле, что люди (домохозяйства) ведут себя в соответствии с долгосрочной стратегией, которую можно описать в общем виде как максимизацию приведенной стоимости их будущего дохода от приобретения и эксплуатация активов, состоящих как из человеческого, так и из нечеловеческого капитала.²

Продуктивное потребление – это потребление, которое увеличивает полезность и доход одновременно. Различают три формы продуктивного потребления: питание, здоровье, образование. Все три формы служат удовлетворению текущих потребностей и, следовательно, могут быть помечены как расходы на потребление; хотя иногда это может оцениваться по-разному в случае образования. Одновременно увеличивается эффективность труда или – в зависимости от интерпретации – запас человеческого капитала. С этой точки зрения основные расходы на потребление могут быть классифицированы как производительные. Продуктивное потребление обеспечивает удовлетворение текущих потребностей и одновременно увеличивает производственный потенциал труда.

² Friedman M. A Theory of the Consumption Function. Princeton University Press, 1957. 259 p. ISBN: 0-691-04182-2.

Теория продуктивного потребления предлагает по-новому взглянуть на то, как потребители максимизируют свою полезность. Для удовлетворения текущих потребностей потребитель «опирается на реальность»,³ используя определенные средства, выполняя определенные действия и попадая в определенные ситуации. Стремясь к максимизации полезности в настоящем, потребитель достигает определенного удовольствия или опыта (т.е. это удовлетворение связано с определенной эмоцией). Благодаря опыту потребитель ценит получение или приобретение средств, которые он использует для выполнения действий, выполнения самой деятельности, ситуаций, в которые он попадает или которых он избегает. Исходный опыт, непосредственно связанный с удовлетворением первоначальных потребностей, приводит к новым потребностям и новому опыту.⁴ Новый опыт возникает из синтеза переданного опыта, возникающего в результате удовлетворения существующих требований, когда одно и то же средство деятельности, одна и та же деятельность, одна и та же ситуация одновременно обуславливают удовлетворение многих требований. Благодаря опыту удовлетворения одних потребностей, синтезируются различные виды опыта и появляются новые потребности.

Механизм передачи, обобщения и закрепления опыта над средствами, действиями и ситуациями, обуславливающими достижение будущего опыта (в том числе владение определенными товарами или выполнение определенных видов деятельности), играет двойную роль:

- с одной стороны, он существенно повышает мотивацию к приобретению экономических ресурсов и товаров промежуточного потребления или выполнению определенных действий. Поскольку эти товары-посредники или виды деятельности часто обеспечивают более продуктивное достижение первоначальных целей, чем ситуация, когда первоначальная цель была достигнута без их существования, и, следовательно, это также повышает эффективность принятия решений с точки зрения достижения первоначальных целей;

³ Valenčík R., Wawrosz P. Limits of neoclassical utility theory and some possible ways how to overcome them // Journal of International Scientific Publications Volume 10, 2016. Pp. 23–31. ISSN 1314-7242.

⁴ Valenčík, R. (ed.) *Ekonomie produktivní spotřeby: Teoretický základ analýzy role odvětví produktivních služeb bylo přiděleno*. Vydání první, Praha, 2019. ISBN 978-80-7408-184-2.

- с другой стороны, он отстраняет текущую деятельность человека от первоначальных целей (сами товары-посредники становятся целями деятельности человека).

Таким образом, рост человеческого капитала является важным аспектом следствием продуктивного потребления; другим важным аспектом является новое понимание деятельности экономического агента в континууме «настоящее — будущее». Потребление становится продуктивным, если, принимая решение о потреблении, экономический агент стремится к максимизации будущего полезного эффекта и, в конечном итоге, увеличению дисконтированной стоимости человеческого капитала. Понимание того, что поведенческая модель, свойственная продуктивному потреблению, может быть распространена и на другие товары, меняет поведение производителя.

Ориентация потребителя на будущее в большей степени, чем на настоящее, его стремление к увеличению человеческого капитала, стимулирует производителя к поиску возможностей удовлетворения будущих потребностей потребителя. Можно предположить (гипотеза 1), что именно образ будущего становится основным условием согласования интересов и действий производителя и потребителя, которые оба стремятся к максимизации своего благосостояния и своего человеческого капитала в будущем.

Уязвимым местом сформулированной гипотезы является степень рациональности экономических агентов. Если экономические агенты полностью рациональны, то они обладают всей полнотой информации о настоящем, их когнитивные способности совершенны и тогда равновесие достигается автоматически. Но поскольку экономические агенты не полностью рациональны (или даже иррациональны), то есть не обладают всей полнотой информации, а их когнитивные способности ограничены, то им необходим опыт и эмоции, чтобы сформировать свое представление о будущем и принять решение в настоящем.

Выскажем предположение (гипотеза 2), что именно экономические коммуникации являются связующим звеном между экономическими агентами (потребителями и производителями) в настоящем и будущем. Экономические коммуникации — это не только процесс передачи информации, но и составляющая механизма экономической координации, согласовывающего действия экономических субъектов во времени и пространстве. Несмотря на обилие технических средств коммуникаций в

современной экономике, человек по-прежнему остается носителем смыслов, ценностей, норм, поведенческих паттернов⁵, без которых экономические коммуникации невозможны. В то же время сам человек является субъектом социально-экономических систем различных уровней (микро-, мезо-, макроуровня) и типов (проектной, средовой, процессной, объектной). Выступая субъектом коммуникации, человек передает и принимает не только информацию, но и смыслы, знания, ценности, поведенческие паттерны, правила (институты).⁶ Коммуникации, созданные человеком во взаимодействии с другими людьми, формируют внутреннюю среду систем и подсистем различных типов и уровней, влияют на механизмы координации внутри систем и между системами⁷, способствуя их развитию, разрушению или запланированному прекращению деятельности. Роль экономических коммуникаций возрастает в прямой зависимости от роста роли человеческого и социального капитала в экономике. Экономические коммуникации играют чрезвычайно важную роль в международном экономическом сотрудничестве, в подготовке и осуществлении комплексных реформ⁸, направленных на развитие, сохранение и использование человеческого потенциала в экономической системе, а также в получении общественной поддержки этих реформ.

Следовательно, исследование экономических коммуникаций и их роли в механизме экономической координации является актуальным как с теоретической, так и практической точек зрения.

Экономические коммуникации уже достаточно давно изучаются философами, экономистами, социологами, историками и психологами. Античные философы Ксенофонт и Аристотель рассматривали обмен экономическими благами как коммуникацию; меркантилисты обращали внимание на торговые и финансовые коммуникации; коммуникации в

⁵ Сазанова С.Л. Социально-экономические экосистемы и ценности хозяйственной деятельности // Путеводитель предпринимателя. 2019. № 43. С. 137–148.

⁶ Yerznkyan B., Gassner L., Kara A. Culture, institutions, and economic performance // Montenegrin Journal of Economics. 2017. Т. 13. № 2. С. 71–80.

⁷ Шарипов Ф.Ф., Дьяконова М.А., Максимов Д.К. Межкультурная коммуникация в деловом сотрудничестве между Россией и Китаем (обзор) / В сборнике: Актуальные вопросы управления персоналом и экономики труда. Материалы V научно-практической конференции. Москва, 2019. С. 207–210.

⁸ Рязанова Г.Н., Сазанова С.Л. Влияние институциональных трансформаций в аграрном секторе России на малые предприятия (организации) // Путеводитель предпринимателя. 2019. № 43. С. 126–136.

сфере общественных экономических отношений интересовали представителей классической политической экономии и марксистов; управленческие коммуникации были объектом исследования первых научных школ менеджмента. В настоящее время коммуникации в целом и экономические коммуникации, в частности, активно изучают зарубежные и российские философы, экономисты, психологи и социологи,⁹ что отражает востребованность междисциплинарного подхода в экономических исследованиях в целом и экономических коммуникаций, в частности.

Вместе с тем, комплексный анализ экономических коммуникаций, включающий анализ их фундаментальных оснований, сущности и содержания, механизмов формирования, роли в механизме экономической координации в социально-экономических системах и подсистем в современной экономической науке требует, на наш взгляд, углубления и развития. Синтез теории экономических коммуникаций и теории производительного потребления позволит сделать шаг в направлении создания комплексной теории экономического поведения, актуальной с точки зрения современного этапа развития экономической теории.

Список литературы

1. Friedman M. A Theory of the Consumption Function. Princeton University Press, 1957. 259 p. ISBN: 0-691-04182-2.
2. Roubal, O. The Duality of Hedonism in the Ambivalent World of Polarities // European Journal of Science and Theology. Technical University of Iasi. 2019. Роѡ. 15, ѡ. 1. S. 203–213.
3. Valenink R., Wawrosz P. Limits of neoclassical utility theory and some possible ways how to overcome them. // Journal of International Scientific Publications Volume 10, 2016. Pp. 23–31. ISSN 1314-7242.

⁹ Клейнер, Г.Б. Рациональность, неполная рациональность, иррациональность: психологические факторы / Г.Б. Клейнер. В кн.: Homo institutus – человек институциональный / Под ред. д.э.н. О.В. Иншакова. – Волгоград: ВолГУ, 2005. 884 с. С. 220–236; Рязанова Г.Н., Толкачев П.С. Роль государства в развитии экономики России: современный этап // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2018. № 5. С. 24–27; Сазанова С.Л. Ценности и стимулы хозяйствования как факторы динамики института предпринимательства в России: монография [Текст] / С.Л. Сазанова; Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ, 2018. 159 с.; Сазанова, С.Л. Современная поведенческая парадигма и принятие управленческих решений / С.Л. Сазанова // Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения. Сборник статей V Международной научной конференции / Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. С. 276–280. ISBN: 978-5-215-03012-7.

4. Valenčík, R. (ed.) *Ekonomie produktivní spotřeby: Teoretický základ analýzy role odvětví produktivních služeb bylo přiděleno*. Vydání první, Praha, 2019. ISBN 978-80-7408-184-2.
5. Yerznkyan B., Gassner L., Kara A. Culture, institutions, and economic performance // *Montenegrin Journal of Economics*. 2017. Т. 13. № 2. С. 71–80.
6. Клейнер, Г.Б. Рациональность, неполная рациональность, иррациональность: психологические факторы / Г.Б. Клейнер. В кн.: *Номо institutius – человек институциональный* / Под ред. д.э.н. О.В. Иншакова. – Волгоград: ВолГУ, 2005. 884 с. С. 220–236. ISBN 5-85534-985-3.
7. Рязанова Г.Н., Сазанова С.Л. Влияние институциональной трансформаций в аграрном секторе России на малые предприятия (организации) // *Путеводитель предпринимателя*. 2019. № 43. С. 126–136.
8. Рязанова Г.Н., Толкачев П.С. Роль государства в развитии экономики России: современный этап // *Вестник Университета (Государственный университет управления)*. 2018. № 5. С. 24–27.
9. Сазанова С.Л. Социально-экономические экосистемы и ценности хозяйственной деятельности // *Путеводитель предпринимателя*. *Путеводитель предпринимателя*. 2019. № 43. С. 137–148.
10. Сазанова С.Л. Ценности и стимулы хозяйствования как факторы динамики института предпринимательства в России: монография [Текст] / С.Л. Сазанова; Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ, 2018. 159 с. ISBN: 978-5-215-03129-2.
11. Сазанова, С.Л. Современная поведенческая парадигма и принятие управленческих решений / С.Л. Сазанова / *Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения. Сборник статей V Международной научной конференции* / Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. С. 276–280. ISBN: 978-5-215-03012-7.
12. Шарипов Ф.Ф., Дьяконова М.А., Максимов Д.К. Межкультурная коммуникация в деловом сотрудничестве между Россией и Китаем (обзор) / В сборнике: *Актуальные вопросы управления персоналом и экономики труда. Материалы V научно-практической конференции*. Москва, 2019. С. 207–210.

References

1. Friedman M. *A Theory of the Consumption Function*. Princeton University Press, 1957. 259 p. ISBN: 0-691-04182-2.

2. Roubal, O. The Duality of Hedonism in the Ambivalent World of Polarities // *European Journal of Science and Theology*. Technical University of Iasi. 2019. Roč. 15, č. 1. S. 203–213.
3. Valenčík R., Wawrosz P. Limits of neoclassical utility theory and some possible ways how to overcome them // *Journal of International Scientific Publications Volume 10*, 2016. Pp. 23–31. ISSN 1314-7242.
4. Valenčík, R. (ed.) *Ekonomie produktivní spotřeby: Teoretický základ analýzy role odvětví produktivních služeb bylo přiděleno*. Vydání první, Praha, 2019. ISBN 978-80-7408-184-2.
5. Yerznkyan B., Gassner L., Kara A. Culture, institutions, and economic performance // *Montenegrin Journal of Economics*. 2017. T. 13. № 2. С. 71–80.
6. Klejner, G.B. Racional'nost', nepolnaya racional'nost', irracional'nost': psichologicheskie faktory / G.B. Klejner. V kn.: *Homo institutus – chelovek institucional'ny'j* / Pod red. d.e'n. O.V. Inshakova. – Volgograd: VolGU, 2005. 884 s. S. 220–236. ISBN 5-85534-985-3.
7. Ryazanova G.N., Sazanova S.L. Vliyanie institucional'ny'j transformacij v agrarnom sektore Rossii na малы'e predpriyatiya (organizacii) // *Putevoditel' predprinimatel'ya*. 2019. № 43. S. 126–136.
8. Ryazanova G.N., Tolkachev P.S. Rol' gosudarstva v razvitii e'konomiki Rossii: sovremenny'j e'tap // *Vestnik Universiteta (Gosudarstvenny'j universitet upravleniya)*. 2018. № 5. S. 24–27.
9. Sazanova S.L. Social'no-e'konomicheskie e'kosistemy' i cennosti xozyajstvennoj deyatel'nosti // *Putevoditel' predprinimatel'ya*. 2019. № 43. S. 137–148.
10. Sazanova S.L. Cennosti i stimuly' xozyajstvovaniya kak faktory' dinamiki instituta predprinimatel'stva v Rossii: monografiya [Tekst] / S.L. Sazanova; Gosudarstvenny'j universitet upravleniya. – M.: Izdatel'skij dom GUU, 2018. 159 s. ISBN: 978-5-215-03129-2.
11. Sazanova, S.L. Sovremennaya povedencheskaya paradigma i prinyatie upravlencheskix reshenij / S.L. Sazanova // *Institucional'naya e'konomika: razvitie, prepodavanie, prilozheniya*. Sbornik statej V Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii / Pod red. G.B. Klejnera. – M.: Izdatel'skij dom GUU, 2017. S. 276–280. ISBN: 978-5-215-03012-7.
12. Sharipov F.F., D'yakonova M.A., Maksimov D.K. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya v delovom sotrudnichestve mezhdru Rossiei i Kitaem (obzor) / V sbornike: Aktual'nye voprosy upravleniya personalom i ekonomiki truda. Materialy V nauchno-prakticheskoi konferentsii. – Moskva, 2019. S. 207–210.