

Предисловие автора

На протяжении веков люди пытались решить одну проблему. Как присваивать чужое имущество, но так, чтобы тебе за это ничего не было?

И вот, что они придумали.

Один из наиболее эффективных путей такого присвоения чужого имущества — внедрение в практику хозяйственных отношений *товарно-денежного обмена*.

С позиции современной экономической теории, на рынке все товары и деньги делятся на две группы: **1) полноценные и 2) неполноценные**.

«*Полноценные (реальные) товары*» — это объекты торговли (сырье, изделия, услуги, информация), которые отвечают двуединому признаку: являются продуктами затрат труда (как физического, так и интеллектуального) и способны удовлетворять потребности в момент их купли-продажи. «*Неполноценные товары*» — это объекты торговли, не отвечающие приведенному признаку, по определению.

«*Полноценные (правильные) деньги*» — это средства обмена, эмитированные государственным органом, действующим в интересах всех участников рынка (например, Центральным банком). Иные средства обмена (например, «частные деньги»), являются «*неправильными деньгами*», по определению.

Есть такое понятие «реальная покупательная способность денег». Речь о количестве реальных объектов потребления, которые можно купить за определенное количество денег.

Так вот, наиболее эффективный прием безнаказанного присвоения чужого имущества состоит в том, чтобы, зная законы рыночного ценообразования, создавать такие нормативные акты государства, которые позволяют отдельным частным лицам вводить в обращение неправильные (иллюзорные) товары (например, опционы) и неправильные (иллюзорные) деньги (например, криптовалюту). Цель такой деятельности — нарушение стоимостных пропорций на различные реальные товары, разумеется, в интересах организаторов таких рыночных «схем».

Александр Исаев

Введение

Чтобы успешно бороться за существование, люди должны потреблять различные объекты потребления (сырье, изделия, услуги, информацию). Причем в подавляющем большинстве случаев объекты потребления являются продуктами трудовой деятельности человека (физической или ментальной). Не зря русская пословица гласит: «Как потопаешь, так и полопаешь!»

Все объекты обмена (товары) на современном рынке состоят из двух видов: **1) реальные и 2) иллюзорные (ненастоящие, фиктивные)**.

По определению, «реальные товары» — это объекты обмена в виде сырья, изделий, услуг, информации, которые отвечают двум признакам сразу: 1) способны удовлетворить все многообразие человеческих потребностей в момент их обмена (купли-продажи) и 2) являются продуктами ранее затраченного труда (как физического, так и интеллектуального).

В этой связи объекты обмена, не отвечающие этим признакам, являются «иллюзорными товарами», по определению.

На рынке «иллюзорные товары» наиболее широко представлены шестью видами предметов торговли:

1) «товары из будущего» — т. е. реальные товары, которые в момент их купли-продажи (обмена) в природе вообще не существуют (например, урожай пшеницы будущего года);

2) ценные бумаги (акции, облигации, векселя, долговые обязательства и т. д.);

3) производные финансовые инструменты (опционы, фьючерсы, депозитарные расписки и т. д.);

4) права требования долга, вытекающие, в первую очередь, из хозяйственных договоров;

5) иностранная валюта, приобретаемая с целью использования ее в качестве инструмента сбережения накоплений;

6) криптовалюта.

Особенность фиктивного товара состоит в том, что он не способен удовлетворить ни одну из потребностей человека. Его нельзя съесть за завтраком, прочитать в свежем номере газеты, использовать при строительстве дома и т. д.

В отличие от реальных товаров, фиктивные товары не требуют трудовых затрат на их «производство» и в этой связи могут появляться на рынке в **неограниченном** количестве. В этой связи фиктивные товары не могут иметь стоимости в принципе (если под стоимостью понимать определенное количество труда, затраченное на производство товара и воплощенное в нем).

Из этого вытекает, что обмен реального товара на фиктивный товар является неэквивалентным изначально.

Введение в обращение фиктивных товаров оказывает влияние на экономику по пяти основным направлениям.

Во-первых, из уравнения обмена следует, что введение в обращение фиктивных товаров на рынке, где до этого обращались только реальные товары, нарушает ценовые пропорции, существовавшие до этого на рынке, что соответственно отражается на доходах различных производителей; конкурентоспособности последних.

Во-вторых, в случае превышения доходности спекуляций с фиктивными товарами над доходностью реального производства уже сама возможность свободной купли-продажи фиктивных товаров становится фактором снижения инвестиционной привлекательности реального производства.

В-третьих, вызванное введением в обращение фиктивных товаров перераспределение реальных доходов снижает у населения мотивацию к интенсивному труду.

В-четвертых, нетрудовое перераспределение собственности приводит к рычагам управления предприятиями так называемых «случайных собственников» со всеми недостатками, присущими капиталистам подобного рода.

В-пятых, свобода введения в обращение фиктивных товаров становится одной из причин финансовых кризисов.

В свою очередь, «деньги — это средства обмена, которые позволяют «растянуть» обмен товарами во времени.

Деньги одновременно выполняют две основные функции: 1) выступают в качестве посредника при обмене товарами и 2) выступают в качестве «оценщика» стоимости товаров.

С позиции обеспечения стабильной покупательной способности средств обмена, все деньги делятся на 2 вида денег: **1) правильные и 2) неправильные.**

На рынке «неправильные деньги» наиболее широко представлены пятью видами средств обмена:

- 1) фальшивые деньги;
- 2) ценные бумаги (векселя, облигации и т. д.);
- 3) права требования долга, вытекающие из хозяйственных договоров;
- 4) инвалюта, используемая в качестве платежного средства на внутреннем рынке;
- 5) криптовалюта.

Введение в обращение «неправильных денег» увеличивает массу всех средств обмена в обращении, уменьшает их покупательную способность, что в свою очередь становится причиной несправедливого перераспределения товаров на рынке.

Из этого следует, что в целях обеспечения справедливого товарно-денежного обмена купля-продажа фиктивных товаров и эмиссия неправильных денег должны быть исключены.

Глава 1. Правильная экономика

1.1. Реальные товары

В процессе борьбы за существование люди потребляют различные объекты потребления (сырье, изделия, услуги, информация). То есть речь идет об удовлетворении различных человеческих потребностей. «Природа этих потребностей, — пишет К. Маркс, — порождаются ли, напр., последние желудком или фантазией, — ничего не изменяет в деле» [17. С. 41]. В этой связи появление на рынке таких предметов потребления является несомненным благом для людей.

Обладая способностью удовлетворять все многообразие человеческих потребностей, представляя реальную ценность для людей, такие предметы торговли (товары) вправе называться *реальными (настоящими, полноценными) товарами*.

Таким образом, основным признаком настоящего товара является его способность удовлетворять различные человеческие потребности, которыми данный предмет торговли обладает **в момент купли-продажи (обмена)**. Кроме этого необходимо учитывать, что все обладающие хоть какими-нибудь потребительными свойствами товары, в подавляющем большинстве случаев в момент купли-продажи (обмена) являются продуктами уже затраченного труда. Причем, как физического, так и интеллектуального.

Однако далеко не все предметы торговли на рынке могут быть признаны реальными товарами. Существуют такие предметы торговли, которые в момент их купли-продажи (обмена) не в состоянии удовлетворить потребности людей. Это так называемые *фiktивные (иллюзорные) товары («финансовые пузыри», «куски голубого неба», квазитовары)*.

В экономике фiktивные товары наиболее широко представлены шестью видами предметов торговли:

1) «товары из будущего» — т. е. реальные товары, которые в момент их купли-продажи (обмена) в природе вообще не существуют (например, урожай пшеницы будущего года);

2) ценные бумаги (акции, облигации, векселя, долговые обязательства и т. д.);

- 3) производные финансовые инструменты (опционы, фьючерсы, депозитарные расписки и т. д.);
- 4) права требования долга, вытекающие из хозяйственных договоров;
- 5) иностранная валюта, приобретаемая с целью использования ее в качестве инструмента сбережения накоплений;
- 6) криптовалюта.

В частности, говоря о продаже урожая пшеницы будущего года, видно, что в качестве «товара» тут выступает не реальная масса зерен пшеницы, способная удовлетворить потребность людей в растительном белке, а мысль о растительном белке — **образ** зерен пшеницы, существующий в момент купли-продажи (обмена) лишь в сознании участников сделки.

Особенность фиктивных товаров состоит в том, что для их «производства» не нужны трудовые затраты, и в этой связи «мыльные пузыри» могут «производиться» в неограниченном количестве.

Отсутствие трудовых затрат на «производство» фиктивных товаров является причиной того, что фиктивные товары не обладают реальной стоимостью по определению (если понимать под «стоимостью» количество рабочего времени, затраченного на производство данного товара и воплощенного в нем) и цены иметь не должны. Из этого следует, что обмен реального товара на «кусок голубого неба» является неэквивалентным изначально. С позиции обеспечения эквивалентного обмена, фиктивные товары участвовать в обращении на рынке не должны в принципе. Говоря о реальных товарах, следует учитывать, что существует группа таких реальных товаров, у которых грань между собственно товаром и его образом в сознании покупателя является довольно размытой. Речь идет о товарах в виде информации. Имея дело с такими товарами, зачастую отличить реальные товары от фиктивных товаров бывает довольно трудно.

Классическим примером такого реального товара является торговая марка фирмы. На первый взгляд, может показаться, что, приобретая торговую марку известной фирмы (скажем, ее имя), покупатель становится собственником лишь эфемерного образа фирмы, существующего в сознании потребителей, т. е. речь идет о покупке фиктивного товара. Однако это не так. Дело в том, что

торговая марка фирмы неразрывно связана в сознании потребителей с товарами, производимыми данной фирмой. Получая удовлетворение от потребительных свойств товаров, произведенных данной фирмой, потребитель распространяет свои положительные эмоции на все знаки, находящиеся с фирмой в ассоциативной связи, включая, торговую марку. В свою очередь, это ведет к возникновению у покупателя потребности пользоваться только теми товарами, которые несут **информацию** о принадлежности к данной фирме. Таким образом, торговая марка является реальным товаром в виде информации о товаропроизводителе.

Фиктивный товар с участием торговой марки возникает лишь тогда, когда на рынке в качестве объекта обмена предлагается не сама торговая марка, а право собственности на торговую марку в будущем. Скажем, заплатив деньги за торговую марку сегодня, покупатель может стать собственником этой марки только через год. В этом случае, как и при покупке урожая будущего года, в момент совершения сделки покупатель становится собственником лишь **мысли** о торговой марке: ни продавать, ни тиражировать на своих товарах искомую торговую марку (т. е. реализовывать права собственника торговой марки) он не может.

Следует учитывать, что существуют реальные товары, суть которых скрывается под оболочкой иносказаний, переносных слов, абстрактных понятий. Всем известны такие слова как «продать Родину (честь, совесть)». В частности, К. Маркс пишет: «Вещи, которые сами по себе не являются товарами, напр. совесть, честь и т. д., могут стать для своих владельцев предметом продажи и, таким образом, благодаря своей цене приобрести товарную форму» [17. С. 109].

Вместе с тем, сама по себе «совесть» как абстрактное понятие на рынке ценности не имеет. «Продажа совести» всегда связана с продажей определенных товаров (вещей, информации, услуг), к обладанию которыми стремится конкретный покупатель, и свободная продажа которых ограничена запретами: юридическими, моральными, корпоративными и т. д. Нарушение этих запретов лицом, в ведении которого находится распоряжение указанными товарами, и есть, собственно, то, что мы называем «продажей совести».

Таким образом, на рынке под понятием «совесть» скрывается услуга по соблюдению ограничений на свободное отчуждение тех или иных товаров, распоряжение которыми находится в ведении данного лица. «Продать совесть», значит, в одностороннем порядке отказаться от своих обязательств по оказанию указанной услуги, вытекающей из договоров (как писанных, так и неписанных) с государством, обществом, корпорацией, членами семьи и т. д.

Следует учитывать, что на рынке в качестве предметов торговли могут выступать объекты, состоящие из реальных и фиктивных товаров одновременно. Как правило, такие фиктивно-реальные товары возникают в результате деятельности спекулянтов на рынке реальных товаров. Искусственное взвинчивание цен на рынке, скажем, недвижимости, ведет к явному нарушению реальных стоимостных пропорций при обмене реальными товарами. Теоретически рыночную цену на данный фиктивно-реальный товар можно рассматривать как денежное выражение суммы двух стоимостей: реальной (стоимости реального товара) и фиктивной (стоимости фиктивного товара, «мыльного пузыря», создаваемого спекулянтами в результате искусственного взвинчивания рыночных цен). Справедливость такого подхода подтверждается стабилизацией рыночных цен на реальные товары на более низком уровне при «обвалах» рынков данных реальных товаров. Такое поведение рыночных цен на реальные товары объясняется тем, что «мыльный пузырь» из связки «реальный товар» — «мыльный пузырь» при обвале рынка исчезает.

1.2. Правильные деньги

Изучению экономической природы денег посвящено немало работ как отечественных, так и зарубежных ученых. Однако, как ни парадоксально, но в научной литературе до сих пор отсутствует единое, признанное всем мировым сообществом экономистов определение термина «деньги».

По мнению Д. Рикардо, «деньги представляют изменяющийся (в стоимости) товар» [25].

На близкой позиции стоит и К. Маркс: «Товар, который функционирует в качестве меры стоимости, а в силу этого

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru