

Оглавление

ЧАСТЬ I.

Акціонерное дѣло и биржевая спекуляція.

	Стр.
I. Психологическія послыжки хозяйственной и иной законодательной политики	1
II. Природа акцій и тенденція оптимистической оцѣнки реальной дѣятельности акцій. Теорія спекуляціи	24
III. Колебанія оптимистической тенденціи. Невѣжество акціонерной публики, проспекты, обманы, учредительскіе захваты	78
IV. Учредительное общее собраніе	110
V. Распредѣленіе налога на акціонерную психику	119
VI. Патологическое вліяніе оптимистической тенденціи на производство	129
VII. Общія собранія, причины господства заправиль	160
VIII. Дѣйствительное значеніе и существенная функція общихъ собраній	190
IX. Причина и существо экономическаго значенія акціонерныхъ компаній	202
X. Заключительныя замѣчанія	236

ЧАСТЬ II.

Общая теория массовых ошибок при оцѣнкѣ шансовъ неиз-
вѣстной прибыли.

	Стр
I. Дѣйствіе тенденціи оптимистической надбавки въ области торговаго и промышленнаго предпринимательства.—Вліяніе эмоціональнаго оптимизма на предпримчивость и энергію производительнаго труда.—Эмоціональный хозяйственный оптимизмъ, какъ общеэкономическое явленіе.—Область наименьшаго давленія тенденціи оптимистической надбавки.—Эмоціональный оптимизмъ въ области кредита и въ области вознагражденія за трудъ, въ частности въ области государственной службы.—Эмоціональный оптимизмъ и политика вознагражденія за трудъ	249
II. Необходимость введенія въ число посылокъ теоретической политической экономіи закона оптимистической надбавки.—Общія начала дѣйствія этого закона. — Исслѣдованіе его дѣйствія въ области производства и обращенія хозяйственныхъ благъ	260
III. Эмоціональный оптимизмъ и распредѣленіе хозяйственныхъ благъ.—Общій законъ дѣйствія оптимистической тенденціи оцѣнки шансовъ прибыли въ области распредѣленія.—Законы передвиженія цѣнностей въ области оптимистическаго распредѣленія. — Основное оптимистическое распредѣленіе.—Таксы оптимистическаго передвиженія цѣнностей.—Налоги на оптимистическія цѣнности. — Вліяніе оптимистическаго распредѣленія на положеніе потребителей и рабочихъ	268
IV. Вліяніе эмоціональнаго оптимизма на потребление. — Со-дѣйствіе прогрессу и популяризаціи потребленія разныхъ хозяйственныхъ благъ,—увеличеніе потребительной полезности продуктовъ, удешевленіе потребленія.—Эмоціональный оптимизмъ, бережливость и капитализація	294
V. Общая, сводная характеристика экономической роли эмо-ціональнаго оптимизма	306