

УДК 330.5

С.А. Ключников*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК РЫНКА КАК СИСТЕМЫ

Статья посвящена рассмотрению рынка с позиции системного подхода. При этом акцент делается на главных характеристиках системы – ее целостности и связях между элементами. Рынок определяется как система среднего уровня целостности, в которой «целое» и «части» взаимно определимы. Далее рассматриваются системообразующие рыночных отношений, а также дополнительные отношения, которые являются системообразующими в социальных системах другого типа.

Ключевые слова: целостность системы, рынок как система, уровень целостности рыночной системы, системообразующие рыночные отношения, дополнительные рыночные отношения.

В настоящее время в качестве системы рассматриваются все новые и новые социальные объекты. Предпринимаются попытки рассмотреть с позиций системного подхода и рынок [1, с. 242; 2; 3, с. 235, 238 и др.]. Их анализ мы уже проводили в своей предыдущей работе о системной природе рынка. На наш взгляд, эти изыскания были бы более плодотворными, если бы ученые применительно к изучаемому объекту (рынку) полнее использовали бы понятийный аппарат системного подхода. Речь идет, прежде всего, о тех понятиях, которые используются в определении системы. Мы обращаем внимание на понятия «целое» и «связь».

Именно «целое» является ключевым понятием системы, поскольку именно оно объясняет суть системного феномена, входит в определение системы и отражает степень взаимной связанности, зависимости ее элементов [4, с. 105; 5, с. 30–36; 6, с. 83].

Мы полагаем, что целостность системы – величина переменная. И именно по уровню целостности прежде всего системы отличаются друг от друга. Что же можно сказать об уровне целостности рыночной системы?

Ранее мы обосновали выделение нескольких уровней целостности, которые связаны с соотношением «целого» и «частей» в рассматриваемом объекте [7]. В усеченном варианте эта типология выглядит так.

Уровень первый. Здесь целое господствует над частями. Все основные индивидуальные свойства частей определяются системой. Само целое имеет свойства, не сводимые к свойствам отдельных элементов.

Уровень второй. Здесь существует паритетное соотношение между частями и целым. Они взаимно определяют друг друга по свойствам, признакам. То есть элементы имеют признаки, которыми они обладают, объединившись в единое целое. И само это целое имеет те же признаки, что и отдельный элемент.

Уровень третий. Здесь части господствуют над целым. Свойство целого – это совокупность свойств отдельных элементов. Но в рамках подобного объединения эти свойства выступают в «усиленном» виде благодаря связям, хоть и не таким сильным, как на первом и втором уровне, между элементами.

* © Ключников С.А., 2015

Ключников Сергей Александрович (Klyuch.1954@mail.ru), кафедра государственного и муниципального управления, Самарский государственный университет, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

Соответственно, возникает вопрос: к какому из этих типов тяготеет система рынка? Для ответа на него нам необходимо более подробно остановиться на сущности данного феномена и отношений, которые там возникают.

Имеет смысл привести несколько авторитетных высказываний.

Так, Людвиг фон Мизес писал: «В рынке нет ничего мистического и не свойственного человеку. Рыночный процесс целиком и полностью является равнодействующей человеческих действий. Причину любого явления рынка можно отыскать в конкретном выборе, сделанном членами рыночного общества» [8, с. 244].

В свое время и К. Маркс рассматривал капиталистическую, рыночную экономику в целом. Он предлагал начинать рассмотрение капиталистического общества с его основной элементарной клеточки – товара. Именно совокупность товаров является основным богатством этого общества. Такой подход по замыслу автора открывает возможность рассматривать и весь капиталистический способ производства, и само основанное на нем общество. То есть он помогает разобраться в его сути. А суть заключается в противоречии между потребительской и меновой стоимостью товара [9, с. 6, 81]. Именно об этом писали ученые-марксисты советского периода.

«При капитализме товар является простейшей клеточкой капиталистического хозяйства, в нем, как в зародыше, заключены все особенности и противоречия этого хозяйства» [10, с. 431].

При этом порой специально подчеркивается отличие рынка от организации – социальной системы более высокого уровня целостности.

«Пока процесс сотрудничества предполагает наличие общих целей, люди с разными системами ценностей будут считать себя врагами в борьбе за обладание средствами. Только рыночный обмен делает возможной взаимную пользу без того, чтобы до бесконечности оспаривать и согласовывать конечные цели» [11, с. 59].

Поэтому, принимая во внимание замечания Мизеса, Хаека, Маркса, применительно к рынку можно считать, что целое и части здесь взаимно определимы. Именно к такому уровню целостности, по нашей классификации, относится рыночная система.

Далее нам необходимо рассмотреть понятие «связи». Данное понятие также является ключевым в теории систем. Именно благодаря связям, как видно из приведенных нами определений, в системе возникает целостность. В системе могут существовать связи различных типов, но главные, благодаря которым возникает целостность системы, – это связи системообразующие [12, с. 135]. Традиционно системообразующие связи выделяются и при рассмотрении социальных объектов. Так, представление о целостной структуре личности предполагает выделение определенного системообразующего признака или системообразующего отношения [13, с. 416].

В своих предшествующих работах мы обосновали выделение, по крайней мере, пяти характеристик рассмотрения связей. Это их полярная направленность, степень силы, уровень плотности, вариативность, степень симметрии и асимметрии [14; 15]. Далее можно рассмотреть эти характеристики в рыночных отношениях.

Что касается полярной направленности связей, применительно к рынку можно утверждать, опираясь на многочисленные источники [16, с. 185], что здесь мы имеем положительное системообразующее отношение взаимной выгоды (сотрудничества), которое реализуется прежде всего через куплю–продажу товара, и отрицательное системообразующее отношение конкуренции, которое реализуется через борьбу продавцов за покупателя. Разумеется, здесь мы обозначили основных агентов этих отношений, поскольку их реальное распределение на рынке является

весьма сложным. Существует соперничество и между покупателями, и взаимовыгодное сотрудничество среди продавцов [3].

Далее можно говорить о том, что эти отношения имеют невысокую силу, но значительную плотность, поскольку они высоко вариативны. Действительно, в каждом отдельном акте взаимодействия прослеживается связь всех продавцов и покупателей.

«Превращение всех продуктов и деятельностей в меновые стоимости предполагает <...> всестороннюю зависимость производителей друг от друга. Производство каждого отдельного лица зависит от производства всех других; точно так же превращение его продукта в жизненные средства для него самого стало зависеть от потребления всех остальных» [16, с. 101].

Что касается степени симметрии и асимметрии, то следует заметить, что они зависят от степени свободы рынка. Чем выше уровень такой свободы, тем равноправнее отношения. И наоборот, с возникновением монополий возникает односторонняя экономическая зависимость [8, с. 262, 263 и др.].

Но, как показывает практика, система «рынок» может включать в себя и другие отношения – более устойчивые, сильные. Это переплетение социальных сетей как устойчивых связей между агентами рынка. «Сетевой подход исходит из простого допущения о том, что хозяйственные агенты с большей вероятностью вступают в отношения с теми, с кем они имели дело ранее, убедившись в надежности уже известных партнеров» [8, с. 146]. Они даже могут приобретать межличностный характер, на что нацелены и рекламные кампании по реализации товаров. К их образованию стремятся как продавцы, так и покупатели. Эти связи характерны для социальных систем, основанных на межличностных отношениях, которые имеют более высокий уровень целостности, чем рынок.

На другие более сильные, чем рыночные, отношения обратили внимание институционалисты. Это договорные отношения. Они предполагают тесное взаимодействие между продавцом и покупателем в сложных условиях в целях снижения транзакционных издержек, рисков и т. д. В итоге конечный продукт возникает как результат их совместных усилий, что характерно для кооперации, организации. Здесь речь идет о неполных контрактах, гибридных формах сделки [18, с. 102–106]. Такой же организационный феномен можно наблюдать и при возникновении монополий, когда происходит объединение нескольких производителей [8, с. 262–263].

Но в условиях товарного обмена формируются отношения, которые соответствуют социальным системам с более низким уровнем целостности, чем рынок. Это групповая солидарность между отдельными рыночными группами при формировании сговора о ценах, что приводит фактически к возникновению ассоциации. Это также проявление оппортунизма, обмана, сознательного невыполнения обязательств при ориентации на собственный интерес в отношениях обмена [18, с. 30]. Все это приводит к конфликтам, вражде и пр., т. е. возникновению предпосылок систем с отрицательной целостностью.

Тем не менее такого рода отношения являются все же рыночными. Их главная цель – получение выгоды. Но копируя другие отношения в рыночной среде, они приобретают характер «квазиформ», т. е. подобия этих других отношений.

Библиографический список

1. Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория / отв. ред. акад. Л.И. Абалкин. М.: Эдиториал УРСС, 2002. 416 с.
2. Лисин В.С. Институциональные аспекты экономических реформ в России: монография. М.: Высш. шк., 1999. 112 с.

3. Тарануха Ю.В. Конкуренция: система и процесс: монография. М.: Дело и Сервис, 2012. 672 с.
4. Моросанов И.С. Первый и второй законы теории систем // Системные исследования. Методологические проблемы: ежегодник, 1992–1994. М.: Эдиториал УРСС, 1996. С. 97–114.
5. Попов В.П., Крайнюченко И.В. Теория и анализ систем. Пятигорск: Изд-во «ПГГТУ», 2012. С. 30–36.
6. Саати Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Организация систем / пер. с англ. М.: Радио и связь, 1991. 224 с.
7. Ключников С.А. Уровни целостности социальных систем // Вопросы философии. 2013. № 4. С. 3–7.
8. Мизес Людвиг фон. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. Челябинск: Социум, 2005. 878 с.
9. Маркс К. Капитал. Т. 1 // Маркс К. Сочинения. Т. 23. М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1960. 900 с.
10. Политическая экономия: словарь / под ред. М.И. Волкова и др. 3-е изд., доп. М.: Политиздат, 1983. 527 с.
11. Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода. СПб.: Пневма, 1999. 288 с.
12. Юдин Э.Г. Системный подход и принцип деятельности. Методологические проблемы современной науки. М.: Наука, 1978. 391 с.
13. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. М: Наука, 1975.
14. Ключников С.А. Системное видение социальных объектов (часть 1) // Вестник СамГУ. Серия «Экономика и управление». 2014. № 2 (113). С. 92–97.
15. Ключников С.А. Системное видение социальных объектов (часть 2) // Вестник СамГУ. Серия «Экономика и управление». 2014. № 4 (115). С. 92–98.
16. Маркс К. Экономические рукописи 1857–1861 гг. М.: Политиздат, 1980. Т. 1.
17. Радаев В.В. Экономическая социология: учеб. пос. для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. 603 с.
18. Васильцова В.М., Тертышный С.А. Институциональная экономика: учеб. пос. СПб.: Питер, 2013. 256 с.

References

1. Nesterenko A.N. Economics and institutional theory. L.I. Abalkin (Ed.). M., Editorial URSS, 2002, 416 p. [in Russian].
2. Lisin V.S. Institutional aspects of economic reforms in Russia. Monograph. M., Vyssh. shk., 1999, 112 p. [in Russian].
3. Taranukha Yu.V. Competitiveness: system and process: monograph. M., Izdatel'stvo «Delo i Servis», 2012, 672 p. [in Russian].
4. Morosanov I.S. First and second laws of the system theory. *Sistemnye issledovaniia. Metodologicheskie problemy. Ezhegodnik. 1992–1994* [System research. Methodological problems. Year book of 1992–1994]. M., Editorial URSS, 1996, pp. 97–114 [in Russian].
5. Popov V.P., Kraynyuchenko I.V. Theory and analysis of systems. Pyatigorsk, Izd-vo «PGGTU», 2012, 236 p., pp. 30–36 [in Russian].
6. Saati T., Kerns K. Analytical Planning. The Organization of Systems. Transl. from English. M., Radio i sviaz', 1991, 224 p. [in Russian].
7. Klyuchnikov S.A. Levels of integrity of social systems. *Voprosy filosofii* [Issues of philosophy]. M., 2013, no. 4, pp. 3–7 [in Russian].
8. Mises Ludwig von. Human Action: A Treatise on Economics. Chelyabinsk, Sotsium, 2005, 878 p. [in Russian].
9. Capital. Vol. 1. *Marx K. Writings*, Vol. 23. M., Gos. izd-vo polit. lit-ry, 1960. 900 p. [in Russian].

10. Political economy: Dictionary. M.I. Volkov et al. (Eds.), 3rd edition, enlarged. M., Politizdat, 1983, 527 p. [in Russian].
11. Hayek A. Cognition, competitiveness and freedom. SPb., Pnevma, 1999, 288 p. [in Russian].
12. Yudin E.G. System approach and principle of activity. Methodological problems of modern science. M., Nauka, 1978, 391 p. [in Russian].
13. Yadov V.A. On dispositional regulation of social behavior of a personality. *Methodological problems of social psychology*. M., Nauka, 1975 [in Russian].
14. Klyuchnikov S.A. System vision of social objects (Part 1). *Vestnik SamGU. Seriya «Ekonomika i upravlenie»* [Vestnik of Samara State University. Series «Economics and Management»]. Samara, 2014, no. 2 (113), pp. 92–97 [in Russian].
15. Klyuchnikov S.A. System vision of social objects (Part 1). *Vestnik SamGU. Seriya «Ekonomika i upravlenie»* [Vestnik of Samara State University. Series «Economics and Management»]. Samara, 2014, no. 4 (115), pp. 92–98 [in Russian].
16. Marx K. Economic manuscripts of 1857–1861. M., Politizdat, 1980. Vol. 1 [in Russian].
17. Radaev V.V. Economic sociology: textbook for universities. M., Izd. dom GU VShE, 2005, 603 p. [in Russian].
18. Vasil'tsova V.M., Tertyshny S.A. Institutional economics: Textbook. SPb., Piter, 2013, 256 p. [in Russian].

*S.A. Klyuchnikov**

DEFINITION OF THE MAIN CHARACTERISTICS OF MARKET AS A SYSTEM

The article is devoted to the consideration of market from the positions of the system approach. At that an emphasis is made on the main characteristics of the system – its integrity and relationships between the elements. The market is defined as a system of medium integrity level, in which «whole» and «parts» are mutually definable. Further, we discuss strategic market relationships, and additional relationships that are essential in social systems of another type.

Key words: integrity of the system, market as a system, integrity level of the market system, backbone market relations, additional market relations.

Статья поступила в редакцию 03/IX/2015.
The article received 03/IX/2015.

* *Klyuchnikov Sergey Alexandrovich* (Klyuch.1954@mail.ru), Department of State and Municipal Management, Samara State University, 1, Acad. Pavlov Street, Samara, 443011, Russian Federation.