

О.А. КРАТТ,
ДонНТУ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ «КОНЪЮНКТУРА РЫНКА»

В науке абсолютным может быть признано только одно утверждение: никакое знание не является совершенным. Опыт преобразований отечественной экономики последнего десятилетия лишней раз подтвердил неотвратимость периодической ломки ставших традиционными дефиниций экономических понятий, в частности конъюнктуры рынка. Распространение, а также расширение смыслового значения конъюнктуры отображает процесс осмысления эволюции рыночных отношений.

Конъюнктуру следует отнести к наиболее востребованным понятиям, поскольку её возраст измеряется десятками веков. В широком смысле оно обозначает совокупность условий, явлений либо обстоятельств в их взаимосвязи, сложившуюся обстановку, положение вещей в какой-либо области. Следует отметить, что смысловая нагрузка понятия не изменилась за столь значительный промежуток времени. Стало быть, определяющие конъюнктуру качественные черты являются устоявшимися и общепризнанными, что позволяет принять их в качестве исходных положений при раскрытии её смысловой нагрузки. Это достигается посредством использования дефиниции через род и видовое отличие, которое предполагает выявление специфических свойств определяемого (*definiendum*).

По отношению к экономическим процессам понятие «конъюнктура» стало применяться сравнительно недавно. Первоначальные дефиниции понятия в экономике связывают с конъюнктуристским течением западной экономической мысли второй половиной XIX - первой половиной XX столетий. Такие заметные представители этого направления, как Ф.Лассаль, А.Шеффле, А.Вагнер, В.Зомбарт, Г.Кассель и В.Репке, смысл конъюнктуры понимали одинаково -

взаимодействие совокупности факторов, обуславливающее состояние экономики в каждый данный момент времени. Под взаимодействием в данном случае подразумевается не само действие, а состояние, обусловленное им.

В эпоху господства командно-административной системы в бывшем Советском Союзе значение конъюнктуры отождествлялось с рыночными принципами хозяйствования, а посему имело ярко выраженный экспрессивный характер. Однако даже тогда признавалась необходимость изучения конъюнктуры, о чем свидетельствует деятельность Всесоюзного научно-исследовательского института конъюнктуры и спроса. В истории отношений к этому понятию условно можно выделить три периода. Первый относится к двадцатым - тридцатым годам XX в. и связан с именами Н.Д.Кондратьева и Е.С.Варги. Для их взглядов было свойственен скорее научно-познавательный характер, нежели обличительный. Второй период связан с экономическими реформами конца пятидесятых - начала шестидесятых годов. Его типичным представителем был Ф.А.Крутиков. На протяжении третьего периода разработка теории и совершенствование методики изучения конъюнктуры, как правило, связывались с внешнеэкономической деятельностью советских предприятий. Этому посвящены работы Ф.Г.Пископпеля, В.А.Шильдкрута, Д.И.Костюхина, Ф.М.Левшина, А.А.Манукяна, С.П.Никитина. Несмотря на то, что экономическая теория бывшего Советского Союза находилась в изоляции, позиции западных и советских ученых относительно смысловой нагрузки конъюнктуры тождественны: она трактуется как результат рыночной деятельности.

Провозглашение суверенитета Украины и взятый курс на рыночные реформы пробудили интерес к конъюнктуре. Расширение и углубление реформ в настоящее время усиливают интерес к этому понятию. Примером являются работы А.И.Бутенко, В.Р.Кучеренко, В.А.Карпова, Е.В.Рака, Т.Е.Деревянченко. Ученые единодушно определяют суть рыночной конъюнктуры как сформированную на рынке экономическую ситуацию, характеризующуюся соотношением спроса и предложения [1,7; 2,10]. Рост интереса к этому понятию наблюдается у многих экономистов постсоветского пространства. Среди них следует выделить труды российских экономистов И.К.Беляевского и С.Г.Светунькова. И.К.Беляевский видит в конъюнктуре рынка конкретную экономическую ситуацию, сложившуюся на данный момент или отрезок времени под воздействием комплекса факторов [3,107]. отождествляя конъюнктуру с рыночной ситуацией, авторы демонстрируют убежденность в том, что конъюнктура – результат.

Таким образом, независимо от того, к какому периоду времени относятся взгляды того или иного ученого, либо к какой научной школе он принадлежит, наблюдается единство мнений относительно смысла понятия. Это позволяет утверждать, что среди экономистов укоренилось представление о конъюнктуре. Суть понятия раскрывают три качественные черты. Первая представляет конъюнктуру как результат, нечто реально свершившееся, конкретное и единственное. Поскольку любому результату предшествует процесс, то вторая черта определяет вид процесса. Относительно конъюнктуры таковым является товарное обращение. Третья черта уточняет сущность товарного обращения. Приняв за основу тезис о том, что суть каждого процесса обусловлена природой взаимодействующих сил, можно сделать вывод, что суть товарного обращения обусловлена взаимодействием спроса и предложения. Таким

образом, рыночную конъюнктуру необходимо рассматривать как результат взаимодействия спроса и предложения.

Вид дефиниций через род и видовое отличие по отношению к конъюнктуре был использован Ф.Г.Пископелем и И.К.Беляевским. Так, Ф.Г.Пископель выделяют пять характерных черт: непостоянство; исключительную противоречивость; неравномерность; единство противоположностей; рыночное выражение [4,29-34], а И.К.Беляевский – четыре: динамичность, пропорциональность, вариабельность и цикличность [3,109]. Примечательно, что выделенные авторами качественные черты имеют отношение не к конъюнктуре, а к процессу, который она отражает. В смешении черт нет ничего удивительного, поскольку взаимодействие спроса и предложения первично, а результат вторичен. Сформулированные Ф.Г.Пископелем и И.К.Беляевским рыночные тенденции являются формой взаимодействия спроса и предложения. Стало быть, выяснение сути конъюнктуры непосредственно связано с рассмотрением тенденций товарного обращения, которые она характеризует.

Основной тенденцией товарного обращения, которую демонстрирует конъюнктура, является соответствие объемов спроса и предложения. Категории спроса и предложения являются наиболее цитируемыми в экономической теории. Причём, существует разнообразие форм их трактовки при единстве содержания. По сути, спрос представляет, с одной стороны, неудовлетворённые потребности, а, с другой, возможности для их удовлетворения. Идентичную ситуацию можно наблюдать и в отношении формулировок предложения, суть предложения состоит в наличии двух составляющих: желания производить и возможности производить. Выделение составляющих спроса и предложения позволяет увидеть во взаимодействии спроса и предложения два противоположных начала.

Первое начало состоит в единстве спроса и предложения. Поскольку это категории товарного производства, то основа у них одна - удовлетворение потребностей. А.Маршалл по этому поводу высказывается так: «Последующий опыт показал такую тесную взаимосвязь проблемы распределения и обмена, что сомнительно, принесёт ли какую-либо пользу попытка рассматривать их раздельно» [5,145]. В литературе принято устанавливать соответствие между объёмами спроса и предложения посредством уровня цен. В рамках локального рынка потребители имеют возможности поиска более дешёвого товара при сохранении требований к качеству, если затраты на поиск не будут превышать возможной экономии. При этом часть потребителей приобретёт аналогичный товар по большей цене, а часть - по меньшей. Вместе с тем, большинство потребителей купит его по «средней» цене. С точки зрения Ж.Б.Сэя в масштабе общества предложение и спрос всегда уравниваются, а значит перепроизводство невозможно в принципе. Суть закона Сэя состоит в том, что поскольку в экономике происходит товарообмен, то каждый продавец одновременно и покупатель, а совокупный спрос и совокупное предложение - взаимозависимы. Это означает, что в идеале количество произведенных товаров должно соответствовать количеству требуемых. Для обозначения данной ситуации пользуются терминами «равновесие» и «сбалансированность». Основываясь на точках зрения отдельных авторов, можно прийти к выводу, что взаимодействие спроса и предложения эволюционирует к единственному конечному состоянию - экономическому равновесию [6,100; 7,44; 8,72]. Концепция экономического равновесия не нова. У её истоков стоял Л.Вальрас. В разное время её сторонниками были В.Парето, Дж.Р.Хикс, П.Самуэльсон, Г.Кассель, В.Леонтьев.

Второе начало состоит в антитезе спроса и предложения. Основу их взаимо-

действия составляют мотивы поведения сторон, участвующих в обмене. Психология поведения оферентов и потребителей такова, что первые заинтересованы в быстрой реализации всех произведенных товаров при максимизации доходов, а вторые стремятся как можно полнее удовлетворить потребности при минимальных затратах. Это позволяет говорить о противопоставлении интересов продуцентов и потребителей как о крайностях. Из данного тезиса следует, что достигнуть сбалансированности спроса и предложения нереально.

Под влиянием детерминант графики кривых спроса и предложения смещаются параллельно либо вправо, либо влево, что приводит к новому равновесию [7,57; 8,65; 9,58]. Поскольку факторы воздействуют постоянно, то и сдвиги кривых постоянны. Представим данную ситуацию на рисунке, для чего используем традиционное декартово пространство, где на оси абсцисс показаны значения объемов продаж на определённую дату ($Q(t)$), а на оси ординат - цена ($P(t)$). В множестве всех возможных значений $P(t)$ и $Q(t)$ существует подмножество значений, соответствующих точкам равновесия на определённые даты в течение некоторого временного интервала. В пространстве подмножество будет представлять область конъюнктурных колебаний. Обозначим её «А». Верхней границей области «А» по $P(t)$ будет цена p_2 , символизирующая избыточное предложение первого порядка, а нижней - цена p_1 , символизирующая неудовлетворённый спрос первого порядка. В качестве интервала может быть выбран месяц, квартал, либо какой-либо другой период времени, где точками равновесия являются цены и соответствующие им объёмы продаж на определённые даты.

В следующем временном интервале «А» может либо остаться в прежних границах, либо переместиться. Изменения могут быть незначительными, когда частично трансформируются одна или обе границы,

и тем самым увеличивается либо уменьшается площадь области. Площадь «А» характеризует уровень зрелости рынка: чем более зрелый рынок, тем меньше плотность рассеивания точек и наоборот. Изменения границ могут быть значительными, и тогда область переместиться в другое место. По-

следнее на рисунке представлено областью «Б», где цена p_4 символизирует избыточное предложение второго порядка, а цена p_3 - неудовлетворённый спрос второго порядка.

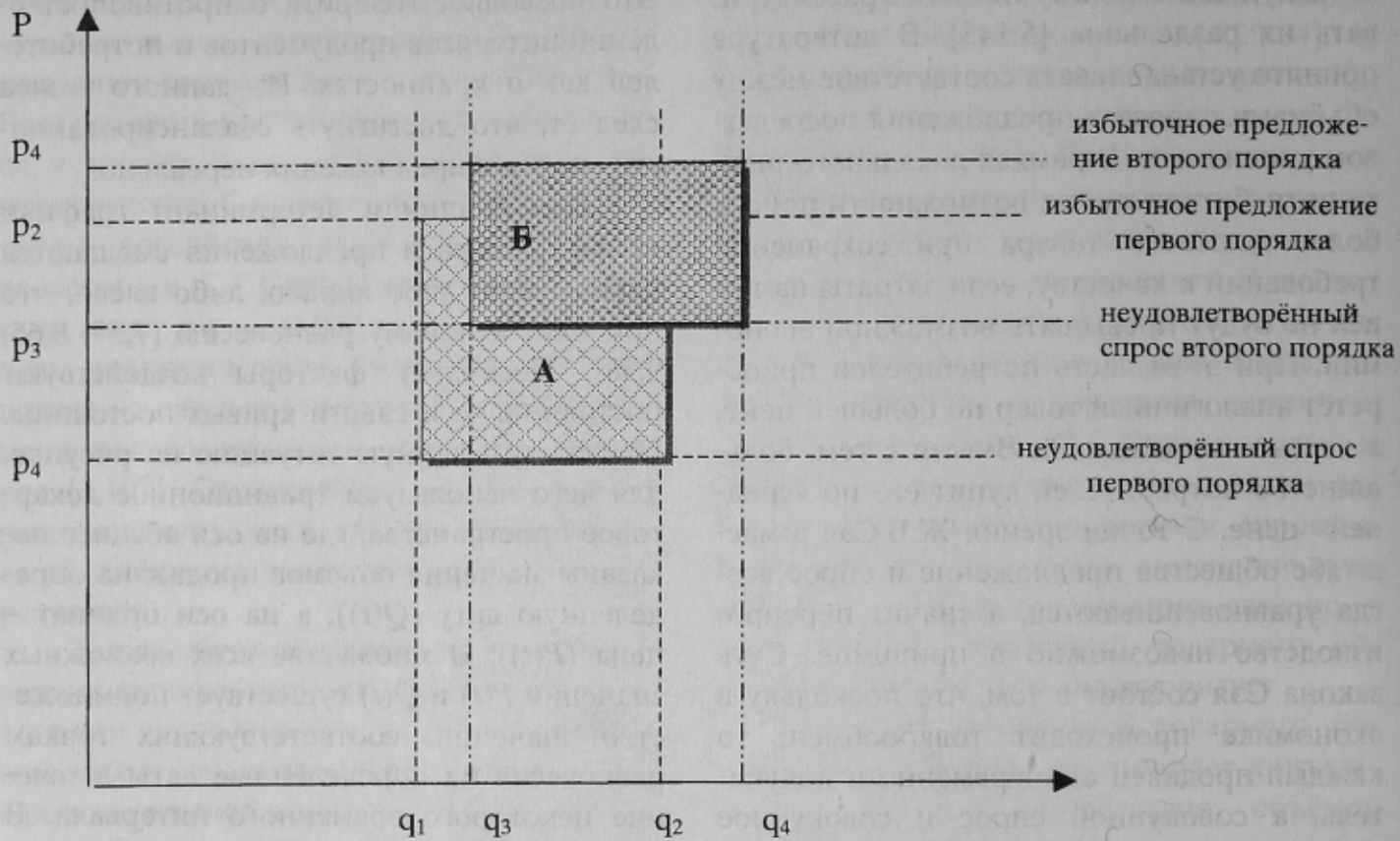


Рисунок. Динамика областей конъюнктурных колебаний

Таким образом, выделение двух противоположных начал во взаимодействии спроса и предложения обуславливает две точки зрения на соотношение объемов спроса и предложения: первая предполагает наличие равновесия, а вторая — его отсутствие. Равновесие и неравновесие ассоциируются с явлением, внешней формой выражения процесса товарного обращения. Симметрия и асимметрия ассоциируются с сущностью и являются внутренним содержанием процесса, выражающееся в единстве многообразных форм. Решение вопроса о симметрии либо асимметрии

спроса и предложения требует расширения границ знаний до уровня общенаучного подхода. Отдельные авторы проводят аналогию между тепловым равновесием в физике и экономическим равновесием. В физике равновесие описывается вторым законом термодинамики, согласно которому замкнутая система деградирует от более упорядоченного состояния к менее упорядоченному до полного выравнивания энергий и наступления термодинамического равновесия. Таким образом, по аналогии, стремление экономической системы к равновесию означает, что она рецимизируется

и то, что К.Р.Макконнелл и С.Л.Брю называют состоянием покоя и гармонии, есть не что иное, как фатальный исход [8,73].

Эволюция экономических систем, напротив, свидетельствует о движении от слабо упорядоченных к хорошо упорядоченным состояниям. Это значит, что характер их эволюции не тождествен второму закону термодинамики. Отождествлять экономические системы с замкнутыми физическими системами некорректно, так как они относятся к диссипативному типу. Системы этого типа далеки от термодинамического равновесия, поскольку повышение упорядоченности развивающейся системы компенсируется возрастанием энтропии в окружающей её среде. Этому мнению придерживаются В.А.Карпов и В.Р.Кучеренко [2]. Сбалансированность является идеальной ситуацией, к которой стремятся и производители, и потребители, а, значит, ее следует отнести к области научных абстракций. В реальном мире симметрия никогда не выступает непосредственно в чистом виде, она всегда опосредуется асимметрией.

Таким образом, вышеизложенное позволяет сделать вывод, что спрос и предложение - нераздельные, находящиеся в корреляции полюсы. Поскольку каждая крайность сама по себе не имеет смысла, то их следует рассматривать во взаимодействии. В свою очередь отношение противоположностей, возникающих одна из другой, их переход друг в друга есть не что иное, как единство и борьба противоположностей - один из основных законов диалектики. Следовательно, конъюнктура выступает как диалектическое единство двух противоположностей - спроса и предложения. Диалектика спроса и предложения является основной движущей силой действия механизма рыночного товарного обмена. Именно она даёт основание считать, что механизм будет функционировать до тех пор, пока существуют неудовлетворённые потребности, с одной стороны, и

возможности по их удовлетворению, с другой. Данный вывод является основополагающим для понимания сущности конъюнктуры, так как в принципе исключает соответствие между спросом и предложением. Следовательно, конъюнктура характеризует уровень неравновесности рынка.

Второй тенденцией, которую демонстрирует конъюнктура, является стихийный характер рынка. На это свойство рыночного товарного обращения обращают внимание все без исключения экономисты. Оно является производным от антагонизма интересов оферентов и потребителей и демонстрирует тип взаимодействия спроса и предложения. Соответствие между объёмами спроса, предложения и уровнем цен задаётся табличным и графическим способами. Таблицы имеют разные названия, но при этом содержание остаётся неизменным: спрос, предложение и цена есть переменные величины [5,159; 6,93,98; 8,64,69]. Содержащиеся в таблицах данные свидетельствуют о наличии линейного типа отношений между аргументом и зависимыми переменными. В свою очередь, графики, построенные на основании данных таблиц, называются «кривой спроса» и «кривой предложения», но, поскольку зависимость линейна, то в вышеупомянутых публикациях «кривые» изображаются в виде прямых. Так как снижение цены ведёт к возрастанию спроса, то «кривая спроса» является нисходящей. Напротив, увеличение цены ведёт к росту предложения, а, следовательно, «кривая предложения» является восходящей. Явления эти настолько фундаментальны, что возведены в ранг законов. Уже сам факт столь высокого теоретического статуса свидетельствует о том, что их сущность всеми понимается одинаково. Вместе с тем Дж.Р.Хикс утверждает, что закон спроса действует «почти безотказно. Исключения из него редки и малозначительны» [10,130]. Факт признания наличия исключений позволяет предположить гипотетический характер действия законов спро-

са и предложения. Приведём аргументы в пользу данного тезиса. Во-первых, законы действительны в отношении большинства, а не всех товаров. В литературе хорошо представлена ситуация, когда на престижные дорогостоящие, а также марочные товары при увеличении цены спрос возрастает.

Во-вторых, они действуют лишь при определённых условиях. Н.Г.Мэнкью считает уместным употребление выражения «*ceteris paribus*», что означает «при прочих равных условиях» [6,92]. Остановимся на этом моменте более подробно, поскольку традиционный подход не всегда реально отображает современную хозяйственную практику. Так, закон спроса сформулирован в эпоху, когда цена была практически единственным детерминантом, определяющим величину спроса. В современных условиях цена важна, но она не единственный детерминант. Одни авторы называют пять детерминантов функции спроса, другие – шесть, третьи – одиннадцать, четвёртые – пятнадцать. Аналогичную ситуацию можно наблюдать и в отношении функции предложения. Главное состоит не в количестве детерминантов, а в том, что, с одной стороны, их может быть много, и, с другой стороны, они являются независимыми переменными. Под влиянием детерминант графики кривых спроса и предложения смещаются параллельно либо вправо, либо влево, но при этом свойство линейности сохраняется [7,57; 8, 65; 9,58]. Считаем данную точку зрения не совсем верной, так как не принимаются во внимание обстоятельства, определяющие воздействие детерминантов. Не претендуя на полноту, назовём их. Первое - в разных ситуациях одни и те же детерминанты могут либо увеличивать, либо уменьшать значения спроса и предложения. Второе - все они тесно взаимосвязаны между собой и предопределяют друг друга. Третье - они действуют одновременно. Четвёртое - у каждого детерминанта своя сила воздействия, которая может из-

мениться в любой момент. Учёт обстоятельств позволяет утверждать, что практически невозможно предсказать, как изменятся величины спроса и предложения, поскольку они являются функциями от случайных переменных. Тем самым создаются условия неопределённости, а значит, функции спроса и предложения в n -мерном гиперпространстве переменных не обязательно будут линейными.

Таким образом, конъюнктура есть результат взаимодействия спроса и предложения, имеющего стохастический характер. На рисунке характер взаимодействия проявляется в том, что область конъюнктурных колебаний «А» может переместиться в любом из направлений, а значит месторасположение «Б» имеет вероятностный характер. При этом темпы и расстояния перемещения могут быть произвольными.

Третьей тенденцией, которую демонстрирует конъюнктура, является циклический характер товарного обращения. Несмотря на то, что данное свойство выделяют все конъюнктуроведы, но трактуется оно по-разному. Являясь производной от единого начала деятельности оферентов и потребителей – удовлетворения потребностей, цикличность демонстрирует стремление к равновесию. Ф.Лассаль, А.Шеффле и А.Вагнер связывали природу конъюнктуры с теорией кризисов перепроизводства. Иных взглядов придерживался В.Зомбарт, который предложил рассматривать конъюнктуру с позиций общей динамики воспроизводства, не ограничиваясь лишь кризисами. Приверженцы данного подхода В.Репке, Г.Кассель и У.Митчелл под конъюнктурой подразумевали совокупность взаимосвязанных условий, определяющих переход из одного состояния в другое.

Теория «больших циклов конъюнктуры» Н.Д.Кондратьева вошла в контекст мировой экономической мысли и шла в ногу с исследованиями циклов институциональной школы У.Митчелла. Для многих поколений советских ученых теоретиче-

ской основой конъюнктуры являлась марксистско-ленинская теория воспроизводства и кризисов. Современные последователи изучения конъюнктуры считают, что параметры рынка подвержены колебаниям, как случайным, так и постоянно проявляющимся.

Измеряя уровень несбалансированности спроса и предложения, конъюнктура тем самым определяет, на какой стадии воспроизводственного цикла находится рынок.

Таким образом, вышеизложенное позволило сделать следующие выводы: во-первых, конъюнктура – результат взаимодействия спроса и предложения; во-вторых, конъюнктура отражает диалектику двух противоположностей – спроса и предложения, которая является движущей силой рыночного механизма саморегулирования; в-третьих, конъюнктура демонстрирует такие тенденции товарного обращения, как неравномерность, стихийность и цикличность.

Литература

1. Бутенко А.И., Кучеренко В.Р., Рак Е.В., Ягорлицький В.А. Кон'юнктурний

аналіз товарного ринку. – Одеса: ТОВ „Автограф”, 2000.

2. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг прогнозування кон'юнктури ринку. – К.: «Знання», КОО, 2001.

3. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. – М.: Финансы и статистика, 2001.

4. Пископель Ф.Г. Основы изучения конъюнктуры капиталистического хозяйства. – М.: Изд-во ИМО, 1960.

5. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. – М.: Прогресс, 1993. – Т.1.

6. Мэнкью Н.Г. Принципы экономикс. – СПб: Питер ком, 1999.

7. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель. – М.: Изд-во «Туран», 1996.

8. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. – М.: Республика, 1992. – Т.1.

9. Линвуд Т. Гайгер Макроэкономическая теория и переходная экономика. – М.: «ИНФРА - М», 1996.

10. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. – М.: Прогресс, 1988.

Н.К. ЮЩЕНКО,
ДонНТУ

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНСТИТУТОВ НА ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Современная мировая экономика является наднациональным явлением, которое имеет свою структуру и требует специальной системы институционального обеспечения с целью поддержания развития сотрудничества на межгосударственном уровне, а также стабильности и целостности мирового хозяйства. В этих условиях в мировой политике усиливается необходимость проведения согласованных действий, координации экономической политики го-

сударств. Растущее единство мирового хозяйства требует особой ответственности за международные последствия национальных решений. Отсюда попытки найти оптимальное согласование рыночных механизмов, национального и международного регулирования, компромисс между национальными и общими интересами, сочетание национальных и международных институтов.

© Н.К.Ющенко, 2003