

УДК 330.1+330.8+339.1+332.2

Е. С. Нигматова,  
аспирант, Луганский национальный аграрный университет, г. Харьков

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ПОНЯТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Y. Nigmatova,  
PhD student, Lugansk National Agrarian University

### THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE CONCEPT OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS MARKET

В статье актуализируется необходимость выделения теоретических основ для концептуализации понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции. Экономические теории рынка, которые использовались для определения вышеуказанного понятия, критически не осмыслились, а значит, их противоречия легли в его основу и были воспроизведены в процессе исследования данного предмета. Поэтому автор обобщает и выделяет противоречия основных экономических теорий рынка, а именно: классической, неоклассической, институциональной, неинституциональной, в лице их главных представителей ученых-экономистов. В процессе исследования доказано существование особой, марксистской теории рынка, способной решить противоречия вышеупомянутых теорий. Предпринята попытка интерпретации понятия рынка в рамках марксистской традиции, которая может послужить теоретической основой для актуальной концептуализации понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции.

The article explains the necessity of emphasizing the theoretical foundations for conceiving the concept of an organic agricultural products market. Economic theories of market that were used to define the above-mentioned concept were not critically interpreted, which means that their contradictions formed the basis for it and were reproduced in the process of studying this subject. Therefore, an author generalizes and identifies the contradictions of the main economic theories of market, namely: classical, neoclassical, institutional, neoinstitutional, through their main representatives. In the process of research, the existence of a special, Marxist theory of market, capable of solving the contradictions of the above-mentioned theories, is proved. An attempt is made to interpret the concept of market within the framework of the Marxist tradition, which can serve as a theoretical basis for the actual conceiving the concept of an organic agricultural products market.

*Ключевые слова: рынок, теория, рынок органической сельскохозяйственной продукции, спрос и предложение, институт, трансакционные издержки.*

*Key words: market, theory, organic agricultural products market, demand and supply, institution, transaction costs.*

#### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

В последние годы в научном мире широко исследуется и обсуждается рынок органической сельскохозяйственной продукции. Как показывает анализ отечественной и зарубежной экономической литературы, теоретическое основание для понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции недостаточно разработано. Однако понимание механизма и закономерностей развития рынка органической сельскохозяйственной продукции предполагает, прежде всего, создание понятия исхо-

дя из конкретной экономической теории рынка. В этой связи, можно отметить работу украинской ученой Юлии Завадской, в которой определяется понятие рынка органической сельскохозяйственной продукции на основании изложения различных экономических подходов к пониманию рынка. Выделив ряд характеристик рынка из классической и современной экономической теории, а также разобрав особенности органического производства, Ю. Завадская определяет рынок органической продукции как "<...> систему экономических отношений, сло-

жившихся в процессе производства, обмена и распределения сельскохозяйственной продукции и сырья, а также продуктов их обработки и переработки; движения денежных средств; обслуживающей инфраструктуры, с целью удовлетворения потребностей населения в безопасной высококачественной стандартизированной продукции и обеспечения эффективности и конкурентоспособности рыночной деятельности хозяйствующих субъектов на всех стадиях продуктовой цепи в условиях соблюдения интересов общества и ограниченности природных ресурсов с учетом принципов органического производства и экологосберегающего отношения к окружающей среде" [1, с. 30]<sup>1</sup>. Однако в этой связи возникает проблема несколько иного характера: для упомянутого определения характерно отсутствие критического отношения к экономическим теориям рынка, которые являются логическим основанием для концептуализации понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции. Под критическим отношением мы понимаем выявление эвристического потенциала теорий, а также их противоречий, с целью конструирования более адекватного понимания предмета исследования. Поэтому опасностью некритического отношения является автоматическое перенесение недостатков и противоречий общих теорий на особенные теории. Также отметим, что дополнительным основанием необходимости критического анализа общих теорий рынка являются следующие замечания ученых. Джон Ли, профессор социологии в Калифорнийском университете в Беркли, сделав обзор экономических теорий рынка в своей статье "Социология рынка" (1997 г.), пришел к выводу о том, что хотя рынок является центральной категорией экономической науки, но при этом понятие рынка либо в некоторых теориях отсутствует, либо оказывается на поверку двусмысленным в остальных теориях [32, с. 342]. Рональд Коуз, ставший впоследствии Нобелевским лауреатом по экономике, писал в работе "Фирма, рынок и закон" (1990 г.), что "в современных учебниках анализ проводится для определения рыночных цен, но при этом полностью исчезло исследование рынка как такового" [6, с. 7]. Джефффри Ходжсон, профессор Университета Хертвудшира, отмечает следующее: "Исследование состояния рынков — одна из главных, если не самая главная тема всей известной нам экономической науки... Однако примечательно, что в экономической литерату-

ре не так легко найти определение рынка, а аналитическое рассмотрение институциональных концепций, связанных с рынком, вообще встречается крайне редко <...>. Стоит нам задать элементарный вопрос "что такое рынок", как от нас стараются побыстрее отделаться" [3, с. 253; перевод М. Я. Каждана — Е. Н.].

Исходя из вышесказанного, более детальное выяснение содержания понятия "рынок" в экономических теориях представляет собой важную исследовательскую задачу для концептуализации понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции.

### АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ПУБЛИКАЦИЙ

Важную роль в формировании основных теоретических концепций рынка сыграли научные труды ученых-экономистов: Адама Смита, Огюстена Курно, Леона Вальраса, Мэтью Уотсона, Израэля Киршнера, Альфреда Маршалла, Дугласа Норта, Джона Коммонса, Джефффри Ходжсона, Клода Менара, Малколма Резерфорда, Рональда Коуза, Эйрика Фуруботна, Рудольфа Рихтера, Карла Маркса и Фридриха Энгельса.

Анализ и научное обобщение понимания категории рынка, его основных элементов и условий функционирования в рамках ведущих экономических теорий рынка предприняли Джон Ли, Дэвид Рисмэн, Ричард Шведберг, Карлос Руиз, Филипп Миrowsки, Дэниель Анкарлоо, Джулио Палермо, Эйрик Фуруботн, Рудольф Рихтер, Бен Хейджра, Питер Дорман. На труды данных авторов мы опираемся в своем критическом переосмыслении понятия рынка.

### ФОРМУЛИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ СТАТЬИ

Исходя из поставленных проблем, в данной статье предлагается достичь следующих целей: 1) систематизировать в сжатой форме положения основных экономических теорий рынка, уделив главное внимание самой сути взглядов на понятие "рынок", характерных для ученых-основоположников; 2) привлекая труды современных исследователей экономических теорий рынка, критически переосмыслить предпринятые попытки к определению рынка; 3) на основе приведенного критического анализа выделить теоретические основы и определить понятие рынка.

### ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Для данного исследования мы возьмем за основу классификацию теорий рынка, предло-

<sup>1</sup> Здесь и далее, если не оговорено особо, перевод мой — Е. Н.

женную в статье Дж. Ли, который указывал на существование двух основных направлений в теоретическом осмыслении понятий рынка: классическое-неоклассическое направление и критика последнего (в том числе, со стороны марксизма, институционализма и пр.) [32, с. 344—345]. Начнем изложение с классической и неоклассической теорий рынка и их противоречий. А. Смит, основоположник классической теории рынка, в своем главном труде "Исследование о природе и причинах богатства народов" (1776 г.), упоминает термин "рынок"<sup>2</sup> в контексте процесса обмена товарами и установления на них цен: "<...> хлеб богатой страны при равном качестве не всегда продается на рынке дешевле хлеба страны бедной" [2, с. 23; перевод издания на русский язык 1962 г. — Е. Н.]. Это положение о ценах на продовольственные товары ученый объясняет тем, что в земледелии влияние производительности на цены происходит опосредованно, исходя из природных факторов, оказывающих, в свою очередь, большое влияние на его эффективное развитие [2, с. 23]. Углубляясь в вопрос происхождения цен на товары, А. Смит проводит различие между естественной и рыночной ценами: естественная цена включает в себе издержки производства товара (заработная плата, земельная рента, прибыль на капитал) и затраты его доставки на рынок, а рыночная цена определяется отношением между количеством фактически доставленного товара на рынок (предложением) и уровнем спроса на него. Если предложение превышает спрос, то цена увеличивается, и наоборот [2, с. 56—57]. Характеризуя рынок, А. Смит считает, что его размеры ограничивают возможности обмена товаров, и поэтому сдерживают разделение труда: при небольшом рынке — видов деятельности меньше и, поэтому обмен ведется только с участием небольшого количества товаров [2, с. 30]. Расширению рынка способствует развитие средств сообщения, например, водного транспорта, соединяющего многочисленных товаропроизводителей. Исходя из этого, увеличивающееся количество обменов создает условие для расширения разделения труда, что закономерно ведет к расширению рынка [2, с. 31]. Таким образом, если обобщить понимание рынка у А. Смита, то можно сконструировать следующее определе-

ние: рынок — это процесс обмена товарами, рыночные цены которых устанавливаются исходя из соотношения на них предложения и спроса. Основным предположением такого понимания рынка является, по словам А. Смита, "система естественной свободы", согласно которой каждый человек имеет право "свободно преследовать по собственному разумению свои интересы и конкурировать своим трудом и капиталом с трудом и капиталом любого другого лица и целого класса", не нарушая при этом законов справедливости [2, с. 497]. Свободная и неограниченная конкуренция отдельных товаропроизводителей, по мнению А. Смита, является автономной и саморегулирующейся системой, приводящая, как пишет Д. Рисмэн, к "взаимным выгодам и взаимопомощи", вне зависимости от государства [50, с. 360—361]. Функция государства ограничена обеспечением прав собственности и свобод индивида, а также невмешательством в установление цен и конкуренцию [2, с. 370]. Итак, А. Смит предполагал совместить в своем понимании рынка автономный экономический обмен с необходимостью морального чувства справедливости и честности<sup>3</sup>. В целом можно согласиться с выводом Р. Шведберга относительно понимания рынка в классической политической экономии: 1) рынок — это место, которое может быть географически определено; 2) рынок является второстепенным предметом анализа, поскольку стоимость товара создается в производстве, а не в обмене; 3) рыночная цена может ввести исследователя в заблуждение, поскольку она отличается от естественной цены, или стоимости [54, с. 257].

Представители неоклассической теории рынка, а именно Л. Вальрас, О. Курно и др., отбрасывают предположение классической теории рынка о моральной чистоте его участников<sup>4</sup>, желая создать "чистую" экономическую, "позитивистскую, идеологически нейтральную и аналогичную классической механике" науку с логико-математическим аппаратом объяснения [28, с. 149—150]. О. Курно в своей работе с характерным названием "Исследование математических принципов теории богатства" (1838 г.), пишет, что рынок не понимается "как определенное место, где совершаются покупки и продажи, но как вся территория, части ко-

<sup>2</sup> Ричард Шведберг отмечает, что аналитического приоритета термин "рынок" в классической теории не имел, и понятия как такового выработано еще не было [54, с. 257—258].

<sup>3</sup> Мэтью Уотсон видит в этом противоречие: "Противоречие рыночной жизни можно, стало быть, легко указать: нравственный характер индивидуумов, который создает рыночной экономике с ее динамизмом, препятствие автоматическому воспроизводству рыночного общества" [56, с. 14].

<sup>4</sup> Или, если следовать мысли М. Уотсона, в неоклассической теории рынка сделана попытка решить противоречие классической теории рынка.

торой так объединены отношениями неограниченной торговли, что цены на одни и те же товары легко и быстро выравниваются"<sup>5</sup> [10, с. 51—52]. Цена, по мысли О. Курно, может увеличиваться или уменьшаться в процессе обращения, торговли, из-за колебаний спроса и предложения, распространенности или редкости товара [10, с. 11—13]. Отметим, что понимание стоимости в классической теории рынка как издержек на производство и транспортировку товара на рынок, исходящих из объективного процесса труда, было заменено в неоклассической теории рынка субъективным пониманием полезности и редкости товара, субъективным назначением стоимости, точнее, цены [28, с. 152; 10, с. 10—12; 55, с. 83]. Что касается тождественности цен в неоклассической модели рынка, то, как пишет К. Руиз, это означает следующее: за один товар платят одну и ту же цену в одно и то же время в разных частях рынка [52, с. 64]. Более поздний представитель неоклассической теории рынка, Л. Вальрас в книге "Элементы чистой экономики" (1874 г.), определяет рынок не иначе как "место, в котором обмениваются товары" [55, с. 83]. При этом цена спонтанно создается на рынке в результате конкуренции: продавцы предлагают большую цену на товар, а покупатели хотят как можно меньшую цену [55, с. 83]. По этому поводу Л. Вальрас отмечает: "С точки зрения конкуренции, рынки организованы лучше всего тогда, когда покупки и продажи на них происходят посредством аукциона, [где] условия любого торга открыто объявлены: продавцам дана возможность снизить свои цены, а покупателям — повысить свои ставки" [55, с. 83—84]. Моделью для такого понимания рынка у Л. Вальраса служит торговля акциями на фондовых биржах [11, с. 9], где цена акций понижается или повышается вплоть до достижения равенства между спросом и предложением [55, с. 84—86].

Д. Норт так характеризует функционирование рынка в понимании Л. Вальраса: "<...> товары являются идентичными, рынок сконцентрирован в одной точке пространства, а обмен происходит в один и тот же момент време-

ни. Более того, индивиды полностью проинформированы об обмениваемом товаре, а условия сделки известны обеим сторонам. В конечном счете, для того, чтобы осуществить обмен не нужно создавать никаких лишних усилий, кроме предоставления соответствующей суммы наличных" [48, с. 30]. По мнению К. Руиза, неоклассическая модель рынка в целом базируется на трех предположениях: 1) рынок состоит из индивидов, которые исходят из рационального поиска выгоды; 2) покупатели увеличивают полезность, а продавцы — прибыль; 3) участники рынка действуют независимо друг от друга и на основаниях полной и открытой информации [52, с. 64]. Д. Ли охарактеризовал неоклассическую теорию рынка как "лишенную социальных отношений, институций, <...> власти, норм" [с. 342]. Впрочем, нельзя забывать о присутствии механизма объявления цены, так называемого "вальрасовского аукциониста", который регулирует ценообразование для продавцов и покупателей. Ф. Мировски в этом контексте указывает на противоречие в теории Л. Вальраса: с одной стороны, рынок самоорганизован, в нем не существует никакой "видимой руки", но при этом, условием функционирования модели рынка у Л. Вальраса является присутствие "аукциониста" [47, с. 596]. Итак, неоклассическая теория рассматривает рынок с точки зрения логико-математического анализа ценового равновесия и рационального, экономического расчета между покупателями и продавцами, без вмешательства моральных чувств, институций, власти, норм [28, с. 151].

Выделим общие характеристики обеих теорий, учитывая замечания вышеприведенных исследователей. Как классическая, так и неоклассическая теории рынка базируются на нескольких следующих допущениях условий функционирования рынка: наличием свободной конкуренции на рынке между его участниками с определенными моральными качествами, а также незаинтересованного "аукциониста"; отсутствием вмешательства государства и других институций в процессы обмена; централизованность обменов (вспомним модель фондовой биржи у Л. Вальраса) [11, с. 8—9]. Стихийное, авто-

<sup>5</sup> Ср. другие неоклассические определения рынка. Израэль Киршнер в книге "Теория рынка и система цен" пишет, что "<...> рынок существует тогда, когда индивидуальные члены общества находятся в достаточно близком контакте друг с другом, чтобы осознавать множество возможностей для обмена и, кроме того, свободно извлечь выгоду из них [31, с. 2]; в "<...> рыночной системе каждый член общества свободен действовать внутри очень широких пределов, как он посчитает нужным. Более того, система функционирует внутри структуры закона, которая признает индивидуальные права на частную собственность. Это означает, что каждый индивид волен в каждый момент времени использовать средства, доступные ему, для целей продвижения своих интересов, при том условии, что это не причиняет вреда правам собственности других" [31, с. 13]. Приведем определение рынка другого известного представителя этого направления, Альфреда Маршалла из его книги "Промышленность и торговля": "<...> рынок" отсылает к группе или группам людей, часть которых желают получить некоторые вещи, а другие находятся в положении тех, кто может предоставить то, что хотят первые [33, с. 182]; при этом действует общее правило: при постепенном увеличении предложения и сохранности уровня спроса, цена на товары падает [33, с. 183].

номное, хаотическое существование рынка ("невидимая рука рынка" у А. Смита и "принцип биржи" у Л. Вальраса) должно привести к организованному, упорядоченному состоянию (благоприятному, равносильному). Исследовав процесс развития рынка и обозначив его экономические и социальные стороны, в конечном счете, как классическая, так и неоклассическая теории рынка не смогли разрешить противоречие между самоорганизованностью рынка и социально-экономическими, политическими условиями, последствиями, факторами его существования.

Попытка решить это противоречие была предпринята институциональной теорией рынка. Д. Коммонс, один из основателей данной теории, в статье "Практика установления цены доставки на рынке стали" (1924 г.) выводит понимание рынка, опираясь на следующий яркий пример. В первой четверти XX-го века в США на рынке стали действовала, установленная государством система зональных цен на транспортировку стали относительно г. Питтсбурга штата Пенсильвания, в котором на тот момент производилось больше всего стали корпорацией-монополистом "Steel Corporation" по сравнению с другими производителями. Один крупный потребитель стали из штата Миннеаполиса решил нарушить режим зональной системы: он заказал сталь с доставкой по зональной цене штата Висконсин, а не штата Миннесоты, договорился с управлением железной дороги, чтобы они не отгружали сталь в штате Висконсине, а переправили ее в штат Миннеаполис. Таким образом, этот потребитель сэкономил 5 тыс. долларов, используя лазейку в зональной системе. В Федеральной торговой комиссии США были слушания по этому поводу, инициированные потерпевшей убытки стороной — корпорацией "Steel Corporation": с одной стороны, покупатель указывал на нарушение закона, практику дискриминации и подавление конкуренции со стороны корпорации "Steel Corporation", представители которой, в свою очередь, защищали свою позицию, ссылаясь на закон спроса и предложения [9, с. 505—506]. Д. Коммонс прокомментировал данный случай, выделив несколько факторов, обусловивших образовавшийся конфликт: 1) на рынке стали было стандартизировано ее качество и стабилизированы цены благодаря практически монопольному положению корпорации "Steel Corporation", поэтому продавцы стали конкурировали исходя из скорости поставки и маркетинга [9,

с. 506—508]; 2) по мере того, как производство стали наладилось в других городах (Чикаго, Дулут, Бирмингем), зональные цены г. Питтсбурга сделали невозможным для потребителей конкурировать на этом рынке, заставляя их платить цену за доставку из г. Питтсбурга, хотя при этом они заказывали сталь из другого города (почему, — спрашивает Д. Коммонс, — нельзя платить за доставку стали из г. Чикаго, но без расчета стоимости доставки из г. Питтсбурга?). В таком случае, покупатели стали из г. Питтсбурга имели конкурентное преимущество перед теми покупателями, которым доставлялась сталь из г. Чикаго. Такая ситуация привела к созданию Ассоциации конечных потребителей стали с целью борьбы за отмену зональных цен г. Питтсбурга [9, с. 509—510]. Как показывает Д. Коммонс, корпорация "Steel Corporation" была выгодна установленная правительством по определенной договоренности система зональных цен, поскольку в г. Питтсбурге было перепроизводство стали [9, с. 518]. Д. Коммонс на этом основании отмечает, что подобная ситуация не соответствует свободному, равному, конкурентному рынку, на котором продается лишь один товар, а участники торговли собираются в одно время и место, имея адекватную информацию о ценах у конкурентов [9, с. 513]. Д. Коммонс утверждает, что свободный, равный, конкурентный рынок имеет место на фондовой бирже (и здесь он, можно предположить, имплицитно обращается к неоклассической модели рынка Л. Вальраса) благодаря существующему там кодексу правил и установлений, упреждающих нечестные практики [9, с. 513—514]. Поэтому в ситуации, когда покупатели и продавцы не могут договориться о таких правилах, необходимо вмешательство государства [9, с. 514].

Итак, можно сделать следующие выводы относительно понятия рынка у Д. Коммонса, используя его понятие института. Институт — это "коллективное действие, контролирующее, делающее возможным и расширяющее индивидуальное действие"; в понятие коллективного действия включаются обычаи, нормы и такие организации, как семья, корпорация, торговая корпорация, торговая ассоциация, профсоюз, резервная система, государство [8, с. 649]. В качестве института рынок можно определить как коллективную организацию правовых отношений между покупателем и продавцом, а также государством, включающую борьбу про-

тив дискриминации, ограничение власти корпораций, предоставление возможности конкуренции среди потребителей и пр.

Впрочем, как отмечает Д. Ходжсон, хотя большим достоинством теории институциональной экономики была критика либеральной, классической теории, а также концепции автономного, рационального и утилитарного homo oeconomicus, недостаток "раннего" институционализма заключался в отсутствии теоретико-методологической проработки своих результатов, склонность к эмпиризму<sup>6</sup> [30, с. 13]. Поэтому в современной институциональной теории понятие рынка обрело эксплицитную концептуализацию. Приведем некоторые определения рынка в рамках (нео)институциональной теории. Так, сам Д. Ходжсон (1988 г.) определяет рынок как "набор социальных институтов, в рамках которых регулярно происходит большое количество актов обмена специфического типа, причем данные институты в определенной степени способствуют этим актам обмена и придают им структуру" [3, с. 256]. Другой представитель неоинституциональной теории рынка, К. Менар (1995 г.) определяет рынок следующим образом: "это специфическое институциональное устройство, состоящее из правил и установлений, которые делают возможным большое количество произвольных перемещений прав собственности на регулярной основе. Эти обратимые перемещения (продавец становится покупателем и наоборот) имплементируются и гарантируются посредством особенного механизма регулирования, конкурентной ценовой системой"<sup>7</sup> [46, 170]. В этих определениях рынка, Д. Ходжсон и К. Менар дают понять, что рынок — это общественный институт, создающий условия для обмена, который зависит от законодательства, государственного регулирования, а также конкуренции, ограничивающих действия торговцев. Э. Фуруботн и Р. Рихтер обобщают неоинституциональную концепцию рынка следующим образом: "Рынок является социальным устройством, обеспечивающим обмен. Рынок основывается и управляется индивидами, которые заключают договорности, определяют усло-

вия и нормы сотрудничества между собой публичным или частным образом" [27, с. 314, 320]. Общей целью участников рынка является снижение транзакционных издержек (затрат времени, денег и пр. на организацию обмена и поддержание институций) и достижение самого высокого уровня индивидуальной пользы [27, с. 47—53, 315]. В отличие от гомогенности товаров, сиюминутности обмена между покупателем и продавцом в (нео)классической теории рынка, в неоинституциональной теории рынок предполагает гетерогенность товаров, отложенность обмена, поэтому весь процесс обмена разбивается на до-обменные формы деятельности (сбор и обработка информации о товаре) и после-обменные формы деятельности (исполнение условий договора, контроль за обеспечением этих условий и ответственность за их несоблюдение). Что касается сбора и обработки информации о товаре, то речь здесь идет о том, как покупатель-потребитель узнает о цене и качестве [27, с. 325]. Одной из форм распространения такой информации является распространение рекламы об определенном бренде [27, с. 326]. Премияльная цена на бренд тогда объясняется тем, что потребитель уменьшает издержки на обработку информации о товаре [27, с. 328]. Объединение компаний-продавцов, которые являются конкурентами, в союзы, учреждение ярмарок и лоббирование своих интересов, борьба за принятие законодательных норм, — все эти общественные отношения облегчают сбор и обработку информации [27, с. 330]. Р. Рихтер приводит пример в своей статье "О новом институционализме рынков", касающийся табачной промышленности в США в первой половине XX века, в которой существовало три главных корпорации, установивших неформальную договоренность ("имплицитный рыночный порядок", как его назвал Р. Рихтер) относительно сохранения цен<sup>8</sup> на одном уровне, но конкурирующих посредством качества и рекламы [51]. Что касается после-обменных форм деятельности, то речь идет о конфликтах, связанных с ненадлежащим качеством услуг или товаров, обеспечение выполнения условий договора третьей стороной и пр. [27, с. 339].

<sup>6</sup> Рональд Коуз, один из основателей новой институциональной экономики, писал следующее: "Джон Р. Коммонс, Уэсли Митчелл и связанные с ними ученые, обладали большой интеллектуальной силой, но они были анти-теоретичны, а без теории нельзя связать собранные ими факты, и мало, что можно было дать науке" [7, с. 45]

<sup>7</sup> Малколм Резерфорд пишет, что "любой развитый рынок, по сути, представляет собой очень сложный феномен, состоящий из совокупности социальных конвенций и норм, правил, законодательных норм, и органов контроля за исполнением решений, которые все вместе определяют способы, с помощью которых индивиды действуют в своих интересах, а организации могут осуществлять экономические обмены" [53, с. 89].

<sup>8</sup> Следует отметить, что вопрос о цене и стоимости товаров в принципе не ставится в (нео)институциональной теории, поскольку предполагается, что цены неизменны [27, с. 316].

Итак, в неоинституциональном понятии рынка, с одной стороны, отмечается, что институции, конвенции, правила формируют, ограничивают, определяют индивидуальные действия (эту сторону можно заметить в определении К. Менара и в "старой" институциональной теории рынка Д. Коммонса), а с другой стороны, есть положения об ограниченной рациональности индивида (человек совершает ошибки, не может учесть все факторы и пр. [45, с. 1]), оппортунизме (склонности ко лжи, воровству, мошенничеству [57, с. 47]) неполной информации касательно условий, предмете обмена и трансакционных издержках, которые как раз и вызывают к жизни необходимость создания рынков (о чем утверждают Э. Фуруботн и Р. Рихтер). В этом смысле, в неоинституциональном понятии рынка противоречиво соединяются бихевиористская психология "старого" институционализма (поведение индивида как реакция на внешние стимулы) с (нео)классической психологией индивида (понимание индивида как рационального, автономного субъекта) [14, с. 903—904]. То есть, вместо понимания индивида как всезнающего и рационального-утилитарного предлагается его понимание как ограниченно рационально-утилитарного и ограниченно-знающего<sup>9</sup>.

Теперь обратимся к теории рынка, у К. Маркса и Ф. Энгельса, специально выделив ее и поставив в своем изложении после освещения взглядов основных экономистов по теории рынка, имея для этого, по крайней мере, следующие основания. Первое, теорию К. Маркса и Ф. Энгельса обычно осмысливают в контексте классической теории рынка исходя из того, что в их концепции также фиксируется примат сферы производства над сферой обращения, а рыночные цены являются лишь случайным, видимым выражением стоимости (см. например, [54, с. 258—259]). Однако мы покажем, что есть существенные отличия между этими теориями. Второе, существенные стороны именно условий функционирования рынка (формальные и неформальные союзы, договоренности, а также влияние института власти, традиций и т.д.), рассматривающиеся, как в неоклассической, так и неоинституциональной теории, уже были замечены в марксистской теории и критически проработаны. Третье, исходя из вышесказанного, по нашему мнению, марксистская теория может разрешить противоречия (нео)классической и (нео)институциональной те-

рий рынка. Ниже мы приводим аргументацию данных положений.

Так, у К. Маркса в первой рукописи ко второму тому "Капитала" есть, в отличие от А. Смита и других представителей классической теории рынка, эксплицитное определение рынка: "Рынок есть общее выражение (allgemeine Ausdruck) сферы обращения вообще, в отличие от сферы производства, следовательно, сферы обращения, в которой происходит процесс обмена  $T - D - T$  (товар продается за деньги, используемые для покупки другого товара — Е. Н.), и в которой в качестве субъектов этого рынка выступают товаровладельцы (здесь капиталисты в качестве продавцов товаров) и владельцы денег (покупатели); в сферу обращения, однако, входят не только капиталисты, покупающие как капиталисты, но также и покупатели, покупающие товар для индивидуального потребления" [35, с. 189]. Однако, мы развиваем марксистское понимание рынка исходя из других произведений К. Маркса и Ф. Энгельса. Прежде всего, выделим положения, которые указывают на общие характеристики рынка в марксистской теории. Первое движение капитала, как самоувеличивающейся стоимости, начинается именно со сферы обращения, а именно с покупки средств производства и рабочей силы [37, с. 581], а созданный в сфере производства продукт только и становится товаром, достигнув рынка [41, с. 440]. При этом капиталист продает вновь произведенный товар на рынке дороже, чем он купил ранее на этом рынке факторы производства этого товара. Это происходит потому, что в сфере производства была извлечена прибавочная стоимость из рабочей силы, носителю которой — рабочему, капиталист выплачивает в форме заработной платы только стоимость жизненных средств на восстановление его рабочей силы. Следовательно, капиталисту выгодно, чтобы его предложение всегда превосходило спрос [38, с. 120]. Далее, поскольку капиталистическая экономика состоит из изолированных капиталистов-товаропроизводителей, то отсюда возникает несколько следствий: 1) капиталисты конкурируют между собой, желают уменьшить издержки производства товаров (развивая новые технологии, уменьшая затраты на переменный капитал, зарплату), а также хотят обеспечить быстрое появление своих товаров на рынках и их сбыт, чтобы выйти на новые рынки [16, с. 56—57; 34, 137—138]; 2) поскольку

<sup>9</sup> "Несмотря на различные интерпретации ограниченной рациональности, которые можно найти в экономической литературе, можно сказать, что в большинстве случаев, этот термин в общем и целом применяется к ситуации, в которой сложность контекста принятия решения слишком большая для психических (mental) способностей человека" [12, с. 113].

ку в капиталистической экономике господствует анархия, бесплановость общественного производства [24, с. 251], то, следовательно: "Никто не знает, сколько появится на рынке того продукта, который он (капиталист — Е. Н.) производит, и в каком количестве этот продукт вообще может найти потребителей; никто не знает, существует ли действительная потребность в производимом им продукте, окупятся ли его издержки производства, да и вообще будет ли его продукт продан" [25, с. 273—274]; 3) когда предложение товара превышает спрос на него, то возникают кризисы перепроизводства, которые решаются посредством создания новых рынков и более интенсивной эксплуатации старых [43, с. 468].

Понятие рынка подразумевает пространственную отдаленность между сферой производства и сферой обращения, а также время, необходимое для заключения сделок. Отсюда, возникают транспортные издержки, споры между промышленниками и железнодорожными магнатами относительно транспортных тарифов (вспомним пример Д. Коммонса) и пр. [38, с. 131, 152—153, 253—254; 41, с. 665]. Поэтому, по замечанию К. Маркса и Ф. Энгельса, государственное, правовое и неформальное регулирование рынка имеют большое значение для его функционирования. По этому поводу они также отмечают, что именно благодаря тарифам, запрещениям, пошлинам защищались мануфактуры и ее рынки с середины XVII века, причем продолжался весь этот процесс почти до конца XVIII века [39, с. 58]. В свою очередь государственные субсидии, запретительные и покровительственные пошлины использовались для развития крупной промышленности, расширения внутреннего рынка [22, с. 364—365; 15, с. 257—258]. Например, для уменьшения конкуренции со стороны предложения английских товаров на прусском рынке был создан Таможенный союз [18, с. 33—35; 26, с. 8—9]. В США в конце XIX века благодаря политике протекционизма, покровительственных пошлин возникали национальные тресты, картели, монополии, уничтожающие конкуренцию на внутреннем рынке [36, с. 453—454, 506; 17, с. 335—336; 23, с. 195—196; 44, с. 471]. В Англии посредством консигнационных сделок буржуазия сбывала свои товары в Индию, Китай, Австралию, освобождаясь от перепроизводства [40, с. 102; 21, с. 280; 20, с. 226]. Также К. Маркс и Ф. Энгельс отмечают существование неформальных договоренностей между капиталистами. Так, например, в период недорода хлопка капиталисты заключали между собой союз для

покупки всего запаса хлопка для установления монопольных цен на внутреннем рынке [42, с. 403; 19, с. 423—424]. Таким образом, формально-правовые (государственное регулирование) и неформальные соглашения (союзы капиталистов), установления являются ключевым условием для функционирования рынка при капитализме, продвижения экономических интересов капитала, вносящих элементы порядка и планирования на рынок, тем самым, выходя за пределы капитализма внутри капитализма.

Обобщая вышеизложенный материал, можно сказать, что К. Маркс и Ф. Энгельс понимают рынок как внешнее выражение сферы обращения, в которой происходит процесс обмена  $T - D - T$  (товар продается за деньги, используемые для покупки другого товара — Е. Н.), между субъектами этого рынка товаровладельцами и покупателями, отношения которых регулируются формально-правовыми и неформальными договорами, установленными государством и/или участниками этих отношений. Никакой внешней телеологии рыночного процесса — равновесие, благополучие, равноправие, максимизация полезности у участников рынка — не существует, как это предполагается в (нео)классической и (нео)институциональной теориях рынка, поскольку рынок является капиталистическим, а значит, он определяется анархией и бесплановостью в сфере производства, что также обуславливает "ограниченную рациональность" и оппортунизм участников сферы обращения, о котором идет речь в неoinституциональной теории рынка. В марксистской теории рынок понимается конкретно-исторически, именно как капиталистический рынок, а также исходя из классово-перспективы, а это значит, что рынок предполагает 1) производство продуктов в качестве товаров; 2) изолированность товаропроизводителей; 3) стихийность отношений в сфере обращения. В этом смысле, рынок выражает стихийно сложившиеся общественные товарно-капиталистические отношения, определяющие сферу обращения. В то же время, рынок частично может подлежать регулированию в интересах капитала посредством формально-правовых и неформальных организационных соглашений.

Современные сторонники марксистского учения продолжили развивать теорию рынка в условиях непосредственной теоретической борьбы с неоклассической и неoinституциональными теориями. Например, С. Боулз и Г. Гинтис утверждают, что в неоклассической теории рынка Л. Вальраса отсутствует понимание вла-



сти над ресурсами и, основанного на ней, управления субъектами [с. 174].

В 1990 году С. Боулз и Г. Гинтис предложили концепцию оспариваемого обмена (contested exchange), которая выражается в следующих двух принципах: 1) в обмене между субъектами А и Б, Б может совершить действия, которые будут нести за собой вред или пользу для интересов А, при этом эти последствия не предполагаются или гарантируются формальным соглашением между сторонами; 2) условия обмена отчасти осуществляются посредством санкций, надзора и других форм принуждения (моделью для данного предположения является капиталистический рынок труда) [5, с. 167]. Практически все виды обмена в капиталистической экономике, по мнению авторов, являются оспариваемыми. Так, в обмене между капиталистом и рабочим, капиталист платит рабочему за формальное подчинение авторитету компании, а это подчинение гарантируется системой контроля капиталиста и не прописывается в их изначальном обмене; у сторон этого обмена противоположные интересы, но развитие этого обмена является "центральным фактором эволюции капиталистической экономики" [5, с. 168]. При этом здесь существует асимметрия и подчинение одной стороны обмена другой: капиталист может оштрафовать, принудить рабочего к той или иной интенсивности труда, но рабочий не может заставить капиталиста повысить ему зарплату и т. д. [5, с. 182; авторы предполагают, однако, возможность коллективного объединения рабочих и проведения забастовки с известными требованиями].

То же происходит и на рынках капитала, где заемщик подчиняется кредитору из-за возможности потери залога и не-возобновления кредита [5, с. 190]. В случае индивидуального потребления, потребитель может выбрать продавца Б, если продукт продавца А его не устраивает, но при этом, структурно потребитель не оказывает никакой власти по отношению к продавцу А, не вынуждает его действовать по-другому [5, с. 205]. Только коллективная организация потребителей способна повлиять на деятельность производителей (в контексте улучшения качества товара, сервиса и т. д.).

Д. Анкарлоо и Д. Палермо (2004 г.) критикуют неинституциональную теорию рынка в целом, и теорию трансакционных издержек О. Уильямсона в частности, по следующим причинам. Институции принимаются за данность, как возникшие без принуждения, а в результате свободного, своекорыстного волеизъявления. Однако это положение не доказывается, а

также не объясняются исторически [4, с. 416, 418]. Сфера обращения (рынок) отрывается от сферы производства, хотя для того, чтобы произошел обмен уже необходимо иметь произведенный товар: "рынки не производят" [4, с. 421]. Д. Палермо в своей статье о пост-вальрасовской экономической теории критикует неинституциональную теорию следующим образом (отметим те пункты, которые не повторяются с вышеприведенными): 1) ограниченная рациональность участников обмена, их неполная информированность об условиях обмена не являются исторически специфическими явлениями для капитализма, — рынок существовал, как утверждает Д. Палермо, в неразвитой форме в докапиталистических обществах, но только при капитализме стал основной формой общественной координации [49, с. 355]; 2) рынок в неинституциональной теории понимается через условия ограниченной информированности и свободных соглашений между участниками, без отношений власти, зависимости, насилия; при этом из внимания исследователей исключаются, по мысли Д. Палермо, различные материальные ограничения участников соглашений, различная роль в производстве у противоположных общественных классов (отсутствие средств к существованию у одного класса и собственность на средства производства у другого и пр.); соглашения заключаются в "вакууме", в котором имеет значение только субъективный выбор. Однако все дело не в ограниченной рациональности или асимметричной информированности, а в воспроизводстве определенных общественных отношений, — подытоживает свою критику Д. Палермо [49, с. 359—360].

Итак, современные марксисты доказывают особенность марксистского понимания рынка, указывая на его ключевые характеристики: 1) историзм в понимании рынка и его участников; 2) классовый подход для понимания асимметрии властных отношений между участниками рынка, исходящего из их социально-экономического положения. Кроме того, следует добавить сюда еще и диалектику сферы производства и сферы обращения, индивидуального и коллективного, стихийного и планомерного, которая была отмечена в конструировании марксистского понимания рынка.

Впрочем, марксистская теория не лишена, по утверждениям некоторых авторов, специфических недостатков. Так, в статье "Марксистизм, методологический индивидуализм и неинституциональный экономикс" Бен Хейджра

и др. указывают на то, что марксизм основан на определенной форме функционализма, то есть, в этой теории действия объясняются только исходя из их последствий. В марксизме функционирует принцип объективной телеологии, в которой цель постулируется без деятеля, например, все события приносят пользу капиталистическому классу (или капиталистическому способу производства), и эта польза является объяснением существования этих событий [29, с. 308]. Объективная телеология в марксизме не дает объяснения тому, как действительно создаются институты и не может быть эмпирически доказана, поскольку любое действие можно объяснить через интерес капиталиста, класса капиталистов или капиталистического государства, что лишает объяснение какой-либо специфичности [29, с. 309]. Питер Дорман в дискуссии с авторами этой статьи указал, что в марксизме существует понятие классовой борьбы, которое, с одной стороны, предполагает деятеля, стоящего за целью, движением социально-исторического процесса, а с другой — показывает механизм создания институций, эмпирически подтверждаемый [13, с. 368].

С нашей стороны отметим следующее: существование господствующего класса, капиталистов, и их интересов приводит к образованию в контексте рынка их организаций (как в случае с картелями, сговорами и пр.), что указывать на существование деятеля и механизм создания институций; этот порядок не предполагает абсолютной асимметрии по отношению к рабочему классу, если носители противоположных интересов коллективно представляют и защищают их (например, как пишут авторы концепции оспариваемого обмена, это могут делать рабочие и потребители). Впрочем, в контексте марксистской теории в целом функционализм в форме объективной телеологии может давать о себе знать, как в случае с положением о неизбежности революционного перехода от капитализма к коммунизму, но для целей концептуализации рынка и его изучения подобные положения не будут приниматься нами в расчет.

Обозначим структуру марксистской теории рынка, учитывая положения современных марксистов. Логически исходным в теории рынка является положение о сфере производства товаров, где создаются условия для сферы обращения товаров, общим выражением которой является капиталистический рынок. Сфера производства товаров характеризуется следующими условиями: 1) экономическими — а) наличием свободной рабочей силы как това-

ра, а также средств производства на рынке; при этом, рынок рабочей силы является средоточием оспариваемого обмена, властной асимметрии; б) анархией отношений изолированных товаропроизводителей, что приводит к кризисам перепроизводства, колебаниям цен; в) необходимостью уменьшения издержек производства для уменьшения цены своих товаров на рынке; 2) политико-юридическими — наличием государственной поддержки национальной сферы производства (в случае сильной (транснациональной буржуазии) и/или либерального режима по отношению к производству иностранных капиталистов (в случае зависимой национальной буржуазии)). Сфера обращения товаров, как момент воспроизводства капитала, в свою очередь, представлена следующими характеристиками: 1) стихийностью, поэтому объем спроса и предложения товаров никогда не может быть известным; 2) возникающими и реализующимися экономическими и политическими отношениями между продавцами, продавцами и поставщиками, а также продавцами и покупателями (субъектами рынка), связанными с процессом обмена; 3) привилегированностью положения продавцов, поскольку продавец владеет и управляет ресурсами, жизненными средствами, а значит, покупатель оказывается подчиненным агентом относительно процесса потребления; 4) сфера обращения является сферой оспариваемого обмена посредством надзора, санкций, а также коллективного объединения в своих интересах субъектов рынка; 5) наличием государственного регулирования экономических, правовых отношений между субъектами рынка; 6) связана с издержками обращения (включающими транзакционные издержки — процесс сбора и обработки информации о товаре, заключения сделки, контроль над исполнением условий сделки (в этом смысле мы заимствуем положения неинституциональной теории рынка, расширяющей понятие издержки обращения)).

В этом смысле, рынок является внешним выражением сферы обращения, определяемой стихийно сложившимися и антагонистическими общественными товарно-капиталистическими отношениями в сфере производства, исходя из чего обе сферы подлежат частичному урегулированию посредством формально-правовых и неформальных соглашений; сфера обращения выступает, в конечном счете, как момент воспроизводства капитала, в которой возникают и реализуются экономические и политические отношения между субъектами по поводу обмена товарами, а их условия частично

подлежат изменению путем коллективного объединения таких субъектов.

Таким образом, рынок — это результат капиталистического производства, являющийся необходимым условием реализации прибавочной стоимости, в процессе которой она может, как увеличиваться, так и уменьшаться в зависимости от количества издержек, направленных на ее реализацию, подлежащих частичному регулированию путем изменений условий обмена.

Теперь вернемся к определению понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции, данному Ю. Завадской. При том, что ученый определяет указанное понятие на основе выделения существенных сторон рынка из различных экономических теорий рынка, в определении не учитываются политические отношения, а именно, роль государства, как института способного как урегулировать отношения, возникающие между субъектами рынка, что предполагается в (нео)институциональной теории, так и упрочить положение частного-экономического интереса, о чем речь идет в марксистской теории. Нужно отметить, что определение понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции, опирается целиком и полностью на неоклассическую теорию рынка, несмотря на заявления Ю. Завадской о том, что для определения исследуемого понятия ее выделяют существенные характеристики рынка из определений рынка всех экономических теорий. И поэтому в ее понятии рынка органической сельскохозяйственной продукции воспроизводится противоречие неоклассической теории рынка, а именно положение о стихийном, самоорганизованном посредством частного-экономического интереса рынке ("система экономических отношений"), предполагающем, однако, неэкономические, социальные цели. Такое понятие не является выражением действительного положения вещей, но это понятие-долженствование, вмещающее в себя особенную социально-экологическую телеологию ("система экономических отношений" существует "для" удовлетворения потребностей, соблюдает интересы общества); то есть, система экономических отношений целенаправлена, что имеет условием понимание "хозяйствующих субъектов", как одновременно максимизирующих свою прибыль, так и, что парадоксально, заботящихся об общественном благе. Кроме того, в определении находится логическая ошибка: в нем находится словосочетание "рыночная деятельность", то есть, понятие, которое только находится в процессе

определения (порочный круг в доказательстве; idem per idem).

### ВЫВОДЫ ИЗ ДАННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДАЛЬНЕЙШИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ДАННОМ НАПРАВЛЕНИИ

Таким образом, считаем наиболее полным, продуманным и исторически верным марксистское понимание рынка, которое включает в себе основные достоинства вышеуказанных теорий, а также их обоснованную критику; в дальнейшем такое понимание будет выступать теоретическим основанием концептуализации понятия рынка органической сельскохозяйственной продукции. Следует отметить, что рынок органической сельскохозяйственной продукции при этом будет анализироваться конкретно-исторически, исходя из его специфики (особые формы проявления производства и обращения, отношений субъектов), поэтому могут возникнуть новые стороны этого предмета в сфере производства, сфере обращения, в издержках обращения и отношениях классов, требующие особого исследования.

#### Литература:

1. Завадська Ю.С. Формування та перспективи розвитку ринку органічної агропродовольчої продукції: дисертація канд. екон. наук: 08.00.03. / Ю.С. Завадська. — К., 2014. — 210 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. — М.: Издательство социально-экономической литературы, 1962. — 684 с.
3. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории / Дж. Ходжсон. — М.: Дело, 2003. — 465 с.
4. Ankarloo D. Anti-Williamson: a Marxian critique of new institutional economics / D. Ankarloo, G. Palermo // Cambridge Journal of Economics. — 2004. — Vol. 28. — №. 3. — P. 413—429.
5. Bowles S. Contested exchange: new microfoundations for the political economy of capitalism / S. Bowles, H. Gintis // Politics & Society. — 1990. — Vol. 18. — № 2. — P. 165—222.
6. Coase R. The Firm, the Market, and the Law / R. Coase. — Chicago and London: The University of Chicago Press, 1988. — 217 p.
7. Coase R. The New Institutional Economics / R. Coase // The Economics of Contracts. Theories and applications. Edited by Eric Brousseau and Jean-Michel Glachant. —

Cambridge: Cambridge University press, 2002. — P. 45—48.

8. Commons J. Institutional Economics / J. Commons // *The American Economic Review*. — 1931. — Vol. 21. — № 4. — P. 648—657.

9. Commons J. The Delivered Price Practice in the Steel Market / J. Commons // *The American Economic Review*. — 1924. — Vol. 14. — № 3. — P. 505—519.

10. Cournot A. Researches into the mathematical principles of the theory of wealth / A. Cournot. — [N. Bacon Trans.]. — New York: MacMillan & Co. Ltd, 1897. — 213 p.

11. Daal J. The equilibrium economics of Leon Walras / J. Daal and Albert Jolink. — Routledge, 1993. — 193 p.

12. Dequech D. The new institutional economics and the theory of behaviour under uncertainty / D. Dequech // *Journal of Economic Behavior & Organization*. — 2006. — Vol. 59. — P. 109—131.

13. Dorman P. Marxism, Methodological Individualism and the New Institutional Economics: Further Considerations / P. Dorman // *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)*. *Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*. — 1991. — Vol. 147. — № 2. — P. 364—374.

14. Dugger W. Methodological Differences between Institutional and Neoclassical Economics / W. Dugger // *Journal of Economic Issues, Methodology in Economics*. Symposium Issue: Part I. — 1979. — Vol. 13. — № 4. — P. 899—909.

15. Engels F. Der Sozialismus in Deutschland / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1977. — Band 22. — S. 247—260.

16. Engels F. Der Status quo in Deutschland / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1977. — Band 4. — S. 40—57.

17. Engels F. Die amerikanische Präsidentschaftswahl / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe. — 1977. — Band 22. — S. 334—336.

18. Engels F. Die preußische Verfassung / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1977. — Band 4. — S. 30—36.

19. Engels F. Engels an August Bebel. 24. November 1879 / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1966. — Band 34. — S. 423—426.

20. Engels F. Engels an Marx. 11. Dezember 1868 / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1974. — Band 32. — S. 226—227.

21. Engels F. Engels an Marx. 13. März 1867 / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-

Engels-Werke-Ausgabe, 1965. — Band 31. — S. 279—280.

22. Engels F. Engels an Nikolai Franzewitsch Danielson. 18. Juni 1892 / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1979. — Band 38. — S. 363—368.

23. Engels F. Engels an Nikolai Franzewitsch Danielson. 29. Oktober 1891 / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1979. — Band 38. — S. 195—197.

24. Engels F. Herrn Eugen Duhrings Umwälzung der Wissenschaft. Anti-Duhring / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1975. — Band 20. — S. 5—306.

25. Engels F. Konspekt über "Das Kapital" von Karl Marx Erster Band / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1962. — Band 16. — S. 245—287.

26. Engels F. Revolution und Konterrevolution in Deutschland / F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1960. — Band 8. — S. 3—108.

27. Furubotn E. Institutions and economic theory: the contribution of the new institutional economics / Eirik Furubotn, Rudolf Richter. — 2nd ed. — Michigan: The University of Michigan Press, 2005. — 653 p.

28. Ganem A. O mercado como ordem social em Adam Smith, Walras e Hayek / A. Ganem // *Economia e Sociedade*, Campinas. — 2012. — Vol. 21. — № 1 (44). — P. 143—164.

29. Heijdra B. Marxism, methodological individualism, and the new institutional economics / B. Heijdra, A. Lowenberg, R. Mallick // *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)*. *Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*. — 1988. — Vol. 144. — № 2. — C. 296—317.

30. Hodgson G. Institutional economics: surveying the "old" and the "new" / G. Hodgson // *Metroeconomica*. — 1993. — Vol. 44. — № 1. — P. 1—28.

31. Kirzner I. Market Theory and the Price System / I. Kirzner. — D. Van Nostrand Co, 1963. — 324 p.

32. Lie J. Sociology of Markets / J. Lie // *Annual Review of Sociology*. — 1997. — Vol. 23. — P. 341—360.

33. Marshall A. Industry and Trade / A. Marshall. — London: Macmillan, 1919. — 875 p.

34. Marx K. Das Elend der Philosophie. Antwort auf Proudhons "Philosophie des Elends" / K. Marx. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1977. — Band 4. — S. 63-183.

35. Marx K. Das Kapital Okonomisches Manuskript 1863—1865) Zweites Buch (Manuskript I) / K. Marx. — Marx Engels Gesamtausgabe

(MEGA<sup>2</sup>), II.4.1. — Bd. 4. Okonomische Manuskripte: 1863—1867. — Dietz Verlag, 1988. — S. 137—382.

36. Marx K. Das Kapital. Kritik der politischen Okonomie. Dritter Band. Drittes Buch: Der Gesamtprozeß der kapitalistischen Produktion / K. Marx, F. Engels. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1964. — Band 25. — S. 33—923.

37. Marx K. Das Kapital. Kritik der politischen Okonomie. Erster Band. Buch I: Der Produktionsprozeß des Kapitals / K. Marx — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1962. — Band 23. — S. 11—802.

38. Marx K. Das Kapital. Kritik der politischen Okonomie. Zweiter Band. Buch II: Der Zirkulationsprozeß des Kapitals / K. Marx. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1963. — Band 24. — 559 s.

39. Marx K. Die deutsche Ideologie. Kritik der neuesten deutschen Philosophie in ihren Repräsentanten Feuerbach, B. Bauer und Stirner, und des deutschen Sozialismus in seinen verschiedenen Propheten / K. Marx, F. Engels — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1978. — Band 3. — S. 9—553.

40. Marx K. Die Krise in England / K. Marx. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1978. — Band 11. — S. 100—103.

41. Marx K. Grundrisse der Kritik der politischen Okonomie / K. Marx — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1983. — Band 42. — 875 s.

42. Marx K. Lohnarbeit und Kapital / K. Marx — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1961. — Band 6. — S. 397—424.

43. Marx K. Manifest der Kommunistischen Partei / K. Marx, F. Engels. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe. — Berlin: Dietz Verlag, 1977. — Band 4. — S. 459—493.

44. Marx K. Okonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844 / K. Marx. — Berlin: Dietz Verlag. — Marx-Engels-Werke-Ausgabe, 1968. — Band 40. — S. 465—588.

45. Menard C. Introduction / C. Menard, M. Shirley // Handbook of New Institutional Economics. Editors C. Menard, M. Shirley. — Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2005. — P. 1—18.

46. Menard C. Markets as institutions versus organizations as markets? Disentangling some fundamental concepts / C. Menard // Journal of Economic Behavior & Organization. — 1995. — Vol. 28. — № 2. — P. 161—182.

47. Mirowski P. Is There a Mathematical Neoinstitutional Economics? / P. Mirowski //

Journal of Economic Issues. — 1981. — Vol. 15. — № 3. — P. 593—613.

48. North D. Institutions, institutional change and economic performance / D. North. — Cambridge: Cambridge University Press, 1990. — 152 p.

49. Palermo G. Post-Walrasian Economics: A Marxist Critique / G. Palermo // Science & Society. — 2016. — Vol. 80. — № 3. — C. 346—374.

50. Reisman D. Adam Smith on Market and State / D. Reisman // Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE). Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft. — 1998. — Vol. 154. — № 2. — P. 357—383.

51. Richter R. On the New Institutionalism of Markets: The Market as an Organization [Electronic resource] / R. Richter. — Mode of access: [http://www.uni-saarland.de/fak1/fr12/richter/institut/nie\\_of\\_markets24.pdf](http://www.uni-saarland.de/fak1/fr12/richter/institut/nie_of_markets24.pdf) (date of access: 12.08.17).

52. Ruiz C. Theories of markets: Insights from marketing and the sociology of markets / C. Ruiz // The Marketing Review. — 2012. — Vol. 12. — № 1. — P. 61—77.

53. Rutherford M. Institutions in Economics / M. Rutherford. — Cambridge: Cambridge University Press, 1994. — 225 p.

54. Swedberg R. Markets as Social Structures / R. Swedberg // The Handbook of Economic Sociology. N. J. Smelser and R. Swedberg (eds.). — Princeton: Princeton University Press; New York: Russell Sage Foundation, 1994. — P. 255—282.

55. Walras L. Elements of pure economics / L. Walras. — London: George Allen and Unwin Ltd, 1954. — 620 p.

56. Watson M. What Makes a Market Economy? Schumpeter, Smith and Walras on the Coordination Problem [Electronic resource] / M. Watson. — Mode of access: [http://wrap.warwick.ac.uk/2136/1/WRAP\\_Watson\\_npe](http://wrap.warwick.ac.uk/2136/1/WRAP_Watson_npe) (coordination).pdf (date of access: 12.08.2017).

57. Williamson O. The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting / O. Williamson. — China Social Sciences Publishing House, 1985. — 450 p.

#### References:

1. Zavads'ka, Yu.S. (2014), "Formation and prospects of the market for organic agro-food products", Ph.D. Thesis, Economy and management of the national economy, National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine, National Science Center "Institute of Agrarian Economics", Kyiv, Ukraine.

2. Smit, A. (1962), *Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov* [A study on the nature and causes of the wealth of nations], Izdatel'stvo social'no-jekonomicheskoy literatury, Moskva, USSR.

3. Hodzhson, Dzh. (2003), *Jekonomicheskaja teoriya i instituty: Manifest sovremennoj institucional'noj jekonomicheskoy teorii* [Economic theory and institutions: Manifesto of modern institutional economic theory], Delo, Moskva, Russia.

4. Ankarloo, D. and Palermo, G. (2004), "Anti-Williamson: a Marxian critique of new institutional economics", *Cambridge Journal of Economics*, vol. 28, no. 3, pp. 413—429.

5. Bowles, S., and Gintis, H. (1990), "Contested exchange: new microfoundations for the political economy of capitalism", *Politics & Society*, vol. 18, no. 2, pp. 165—222.

6. Coase, R. (1988), *The Firm, the Market, and the Law*, The University of Chicago Press, Chicago and London, USA, UK.

7. Coase, R. (2002), "The New Institutional Economics", *The Economics of Contracts. Theories and applications*. Edited by Eric Brousseau and Jean-Michel Glachant, Cambridge University press, Cambridge, USA, pp. 45—48.

8. Commons, J. (1931), "Institutional Economics", *The American Economic Review*, vol. 21, no. 4, pp. 648—657.

9. Commons, J. (1924), "The Delivered Price Practice in the Steel Market", *The American Economic Review*, vol. 14, no. 3, pp. 505—519.

10. Cournot, A. (1897), *Researches into the mathematical principles of the theory of wealth*, MacMillan & Co. Ltd, New York, USA.

11. Daal, Van J. and Jolink, A. (1993), *The equilibrium economics of Leon Walras*, Routledge, USA.

12. Dequech, D. (2006), "The new institutional economics and the theory of behaviour under uncertainty", *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 59, no. 1, pp. 109—131.

13. Dorman, P. (1991), "Marxism, Methodological Individualism and the New Institutional Economics: Further Considerations", *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE) / Zeitschrift fur die gesamte Staatswissenschaft*, vol. 147, no. 2, pp. 364—374.

14. Dugger, W. M. (1979), "Methodological differences between institutional and neoclassical economics", *Journal of economic issues*, vol. 13, no. 4, pp. 899—909.

15. Engels, F. (1977), "Der Sozialismus in Deutschland", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 22, ss. 247—260.

16. Engels, F. (1977), "Der Status quo in Deutschland", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 4, ss. 40—57.

17. Engels, F. (1977), "Die amerikanische Präsidentschaftswahl", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 22, ss. 334—336.

18. Engels, F. (1977), "Die preußische Verfassung", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 4, ss. 30—36.

19. Engels, F. (1966), "Engels an August Bebel. 24. November 1879", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 34, ss. 423—426.

20. Engels, F. (1974), "Engels an Marx. 11. Dezember 1868", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 32, ss. 226—227.

21. Engels, F. (1965), "Engels an Marx. 13. März 1867", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 31, ss. 279—280.

22. Engels, F. (1979), "Engels an Nikolai Franzewitsch Danielson. 18. Juni 1892", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 38, ss. 363—368.

23. Engels, F. (1979), "Engels an Nikolai Franzewitsch Danielson. 29. Oktober 1891", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 38, ss. 195—197.

24. Engels, F. (1975), "Herrn Eugen Duhrings Umwälzung der Wissenschaft. Anti-Duhring", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 20, ss. 5—306.

25. Engels, F. (1962), "Konspekt uber "Das Kapital" von Karl Marx Erster Band", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 16, ss. 245—287.

26. Engels, F. (1960), "Revolution und Konterrevolution in Deutschland", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 8, ss. 3—108.

27. Furubotn, E. G. and Richter, R. (2005), *Institutions and economic theory: The contribution of the new institutional economics*, 2nd ed, University of Michigan Press, Michigan, USA.

28. Ganem, A. (2012), "O mercado como ordem social em Adam Smith, Walras e Hayek", *Economia e Sociedade*, vol. 21, no. 1 (44), pp. 143—164.

29. Heijdra, B. J. Lowenberg, A. D. and Mallick, R. J. (1988), "Marxism, methodological individualism, and the new institutional economics", *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE) / Zeitschrift fur die gesamte Staatswissenschaft*, vol. 144, no. 2, pp. 296—317.

30. Hodgson, G. M. (1993), "Institutional economics: surveying the 'old' and the 'new'", *Metroeconomica*, vol. 44, no. 1, pp. 1—28.
31. Kirzner, I. (1963), *Market Theory and the Price System*, D. Van Nostrand Co, USA.
32. Lie, J. (1997), "Sociology of markets", *Annual review of sociology*, vol. 23, no. 1, pp. 341—360.
33. Marshall, A. (1919), *Industry and Trade*, Macmillan, London, UK.
34. Marx, K. (1977), "Das Elend der Philosophie. Antwort auf Proudhons 'Philosophie des Elends'", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 4, ss. 63—183.
35. Marx, K. (1988), "Das Kapital (Okonomisches Manuskript 1863—1865) Zweites Buch (Manuskript I)", *Marx Engels Gesamtausgabe (MEGA<sup>2</sup>)*, II.4.1. — Bd. 4. Okonomische Manuskripte: 1863—1867, Dietz Verlag, Berlin, Germany, ss. 137—382.
36. Marx, K. (1964), "Das Kapital. Kritik der politischen Okonomie. Dritter Band. Drittes Buch: Der Gesamtprozeß der kapitalistischen Produktion", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 25, ss. 33—923.
37. Marx, K. (1962), "Das Kapital. Kritik der politischen Okonomie. Erster Band. Buch I: Der Produktionsprozeß des Kapitals", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 23, ss. 11—802.
38. Marx, K. (1963), *Das Kapital. Kritik der politischen Okonomie. Erster Band. Buch I: Der Produktionsprozeß des Kapitals*, *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 24.
39. Marx, K. (1978), "Die deutsche Ideologie. Kritik der neuesten deutschen Philosophie in ihren Repräsentanten Feuerbach, B. Bauer und Stirner, und des deutschen Sozialismus in seinen verschiedenen Propheten", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 3, ss. 9—553.
40. Marx, K. (1978), "Die Krise in England", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 11, ss. 100—103.
41. Marx, K. (1983), *Grundrisse der Kritik der politischen Okonomie*, *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 42.
42. Marx, K. (1961), "Lohnarbeit und Kapital", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 6, ss. 397—424.
43. Marx, K. (1977), "Manifest der Kommunistischen Partei", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 4, ss. 459—493.
44. Marx, K. (1968), "Okonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844", *Marx-Engels-Werke-Ausgabe*, Dietz Verlag, Berlin, Germany, Band 40, ss. 465—588.
45. Menard, C. Shirley, M. (2005), "Introduction", *Handbook of New Institutional Economics*. Editors C. Menard, M. Shirley, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, Germany, USA.
46. Menard, C. (1995), "Markets as institutions versus organizations as markets? Disentangling some fundamental concepts", *Journal of economic behavior & organization*, vol. 28, no. 2, pp. 161—182.
47. Mirowski, P. (1981), "Is there a mathematical neoinstitutional economics?", *Journal of Economic Issues*, vol. 15, no. 3, pp. 593—613.
48. North, D. (1990), *Institutions, institutional change and economic performance*, Cambridge University Press, Cambridge, USA.
49. Palermo, G. (2016), "Post-Walrasian Economics: A Marxist Critique", *Science & Society*, vol. 80, no. 3, pp. 346—374.
50. Reisman, D. A. (1998), "Adam Smith on market and state", *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)/ Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, vol. 154, no. 2, pp. 357—383.
51. Richter, R. (2006), "On the New Institutionalism of Markets: The Market as an Organization", [Online], available at: [http://www.uni-saarland.de/fak1/fr12/richter/institut/nie\\_of\\_markets24.pdf](http://www.uni-saarland.de/fak1/fr12/richter/institut/nie_of_markets24.pdf) (Accessed: 12 Aug 2017).
52. Ruiz Diaz, C. A. (2012), "Theories of markets: Insights from marketing and the sociology of markets", *The Marketing Review*, vol. 12, no. 1, pp. 61—77.
53. Rutherford, M. (1994), *Institutions in Economics*, Cambridge University Press, Cambridge, 1994, USA.
54. Swedberg, R. (1994), "Markets as Social Structures", *The Handbook of Economic Sociology*. N. J. Smelser and R. Swedberg (eds.), Princeton University Press, Princeton; New York: Russell Sage Foundation, pp. 255—282.
55. Walras, L. (1954), *Elements of pure economics*, George Allen and Unwin Ltd, London, UK.
56. Watson, M. (2005), "What Makes a Market Economy? Schumpeter, Smith and Walras on the Coordination Problem", [Online], available at: [http://wrap.warwick.ac.uk/2136/1/WRAP\\_-\\_Watson\\_npe\(coordination\).pdf](http://wrap.warwick.ac.uk/2136/1/WRAP_-_Watson_npe(coordination).pdf) (Accessed: 12 Aug 2017).
57. Williamson, O. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, China Social Sciences Publishing House, China.

*Стаття надійшла до редакції 14.08.2017 р.*