

К ПОЗНАНИЮ ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ

УДК 339.13+338(091)

РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В ТРАКТОВКЕ ОСНОВОПОЛОЖНИКОВ «НЕОКЛАССИКИ»

М.В. Петрищев

Тверской государственный университет
Кафедра экономической теории

Показан вклад Л. Вальраса и А. Маршалла в исследование конкуренции на рынках отдельных родов товара, на рынке труда, а также общего рыночного равновесия.

Ключевые слова: *неоклассическое направление, цены предложения, выравнивание цен предложения, средние рыночные цены, общее рыночное равновесие, конкуренция на рынке труда.*

К основоположникам неоклассического направления в экономической теории относятся Леон Вальрас (Лозанская школа) и Альфред Маршалл (Кембриджская школа).

Л. Вальрас известен как автор теории общего рыночного равновесия, того равновесия, которое является тенденцией, образуемой как следствие перемещения ресурсов между производством и рынками разного рода товаров в связи с разным на них соотношением спроса и предложения, т.е. разновыгодности производства и продажи товаров разного рода. Но начинается он свою теорию с объяснения конкуренции на рынке одного рода товара, а точнее – с объяснения цен на этом рынке. «Чистая политическая экономия – это по существу, теория определения цен при гипотетическом режиме абсолютной свободной конкуренции» [1, с. XVIII].

Цена (P) по Вальрасу объясняется полезностью и редкостью вещей. Последние имеют цену, «поскольку они редкие, т.е. одновременно полезные и количественно ограниченные» [1, с. XVIII]. Редкость у него, следовательно, равна количественной ограниченности. Но последняя им не раскрывается, хотя по тексту его работы – это всё то же соотношение спроса (D) и предложения (S) на рынке определённого рода товара: «Стоимость (это у него цена – М.П.) вещей возрастает, когда растёт спрос или же сокращается предложение» [1, с. 5]. Итак, цена устанавливается в соответствии со спросом и предложением. «А этот спрос, от чего он зависит? Как раз от цены продуктов» [1, с. 336]. И, в общем, у Вальраса получается замкнутый

логический круг: $D:S \rightarrow P \rightarrow D:S \rightarrow P$ и т.д. Или иначе: $D:S=f(P)$, а $P=f(D:S)$.

Тем не менее, Вальрас фактически раскрывает процесс конкуренции, т.е. показывает формирование средних рыночных цен товара одного рода: «После того как объявлены («выкрикнуты») наугад цены ... каждое обменивающееся лицо предлагает – по этим ценам – предметы или услуги, которые, как он считает, у него в относительном избытке ... после того ... осуществляется повышение цены тех предметов, спрос на которые превышает предложение, и понижение цены тех предметов, чьё предложение превышает спрос. При новых объявленных ценах каждый участник обмена ... предлагает новое количество товара. И снова цены повышаются или понижаются, и так далее до тех пор, пока спрос и предложение по каждому предмету или услуге не будут равны» [1, с. XIX].

Как видно у Вальраса: 1) производители только отчасти, а не полностью, работают на рынок (продают только то, что у них «в относительном избытке»), т.е. у них полутоварное хозяйство; 2) как продавцы они «выкрикивали» цены предложения наугад», будто их не заботит воспроизводство, т.е. возмещение издержек производства того, что они продают. Тем не менее, Вальрас признаёт обусловленность цены издержками производства, но только тех товаров, «чьё количество может быть увеличено» [1, с. 335].

Важно, что Вальрас, раскрывая конкуренцию на рынке отдельного рода товара, обращается только к индивидуальным ценам предложения, объёмам спроса и предложения, забывая свою «редкость». Рыночная цена находится продавцом «просто путём нащупывания. Принимая сначала самые высокие цены, он убедится, что спрос нулевой или очень слабый ... Тогда, всё более понижая свою цену, он увидит, что спрос растёт» [1, с. 372]. Переводя эти положения более доступно, Т. Негиши поясняет: «Вальрасов процесс *tatonnement* (французское слово, означающее нащупывание) является, таким образом, процессом предварительной корректировки цен ..., осуществляемой до заключения равновесных сделок по ценам равновесия» [2, с. 308]. Эта «предварительная корректировка», «нащупывание» и нуждалась в рассмотрении как процесс конкуренции на рынке товара данного рода, но Вальрас её не рассматривает в таком смысле.

Вальрасу оставалось показать (он этого не сделал) как и почему другие производители-продавцы, выходя на рынок с низкими издержками и предлагая низкие цены, видят, что спрос громаден и начинают повышать «свою цену» (им в этом «помогает» конкуренция покупателей), так чтобы на рынке данного товара сформировались цены предложения, близкие к средним их значениям (более высоким, чем у производителей с низкими издержками).

Но Вальрас иначе разъясняет формирование рыночных цен: «В качестве покупателей обменивающиеся лица предъявляют спрос, постепенно набавляя цену (это если $D > S$ – М.П.), в качестве продавцов они предлагают, постепенно сбавляя цену, и их состязание приводит, таким образом, к тому, что определённая меновая стоимость товаров то повышается, то понижается» [1, с. 36].

Это уже похоже на «торг» и вместо конкуренции между продавцами и, отдельно, между покупателями у Вальраса вдруг появилось «состязание» между продавцами и покупателями, что якобы и определило то, что «каждый продукт, имеет на рынке лишь единственную цену, ту цену, при которой предложение и спрос равны» [1, с. 194], «каждый продукт имеет на рынке одну цену» [1, с. 373], которая потом станет «заданной» ценой.

После этих утверждений Вальрас обосновывает общее рыночное равновесие: «Предприниматели увеличивают своё производство в случае превышения продажной цены продуктов над их себестоимостью ... и напротив ограничивают его в случае превышения себестоимости продуктов ... над их продажной ценой. На каждом рынке цена повышается в случае превышения спроса над предложением, и понижается в случае превышения предложения над спросом» [1, с. XX].

Изменение рыночной цены, её отклонение от равновесной при $D > S$ окажет повышающее давление на рыночную цену, а избыток предложения – понижающее давление на рыночную цену. В первом случае – это, по Вальрасу, результат конкуренции между покупателями, а во втором случае – результат конкуренции продавцов.

Однако если конкуренция между покупателями при $D > S$ вызовет повышение рыночной цены (как у отдельного продавца, который имел низкую цену предложения, чем и привлёк большой спрос, так и для рынка в целом), то избыток предложения в целом на рынке данного рода товара не может быть объяснён только «конкуренцией продавцов». Понижающее давление на рыночную цену определенного рода товара оказывает отток или приток ресурсов (капитала) в производство определённого рода товара. При оттоке ресурсов из этого производства у всех продавцов доход был в среднем ниже нормального. Все это было изменением не индивидуальных цен предложения, а рыночных цен, т.е. процессом установления «общегоконкурентного равновесия», или (по нашей терминологии) процессом межрыночной конкуренции.

Таким образом, Вальрас не показывает движения ресурсов в рынки, где $D > S$ из рынков, где $S > D$. У него «главным средством, помогающим прийти к рыночному равновесию в рассматриваемых моделях, остаются изменения цен» [3, с. 112], а само исследование как «теория обмена и меновой стоимости, является, поэтому физико-математической наукой, использующей математические методы» [2, с.

290]. Собственно предметом исследования рыночной конкуренции у Вальраса являются не общественно-экономические отношения, а отношения «между людьми и вещами» [1, с. 290].

Это означает, что Л. Вальрас был в числе тех учёных, которые «оказали влияние на предмет «политической экономии», которой вскоре пришлось отказаться от прилагательного «политическая» и заняться «соотношением между целями и ограниченными средствами» [4, с. 302]. Он развивал идеи рыночного равновесия А. Курно, предельной полезности К. Менгера и У. Джевонса. Его критики указывают, что «модель Вальраса ошибочна не в каких-то деталях, а в основных абстракциях ... она в основном посвящена вопросам аллокации и только вскользь касается рынков ... в ней нет конкуренции в виде стратегического взаимодействия» [4, с. 328]. Но на деле Вальрас как раз разрабатывал проблемы общего равновесия на рынках, т.е. межрыночной конкуренции, а «стратегическое взаимодействие» есть только в олигополии, тогда как Вальрас исходил из условий абсолютной свободной конкуренции [1, с. XVIII].

Изучая «Принципы экономической науки» можно убедиться, что Альфред Маршалл не ставил и не решал вопросы об основании и процессе рыночной конкуренции. И, тем не менее, он высказал ряд положений, относящихся к её теории. Большинство этих положений относится не к общественно-экономическому уровню исследования рыночной конкуренции, не к конкретно-историческим её субъектам, а к человеку вообще (включая «Робинзона»), так как А. Маршалл полагал, что «экономисты имеют дело с человеком как таковым, не с неким абстрактным или «экономическим» человеком, а человеком из плоти и крови» [5, с. 83], т.е. «физиологическим», а не общественным человеком. Эту мысль он повторяет: «Экономические законы – это обобщение тенденций, характеризующих действия человека при определённых условиях» [5, с. 95]. Это, стало быть, не объективные законы, когда социально определённые субъекты (наёмные работники или предприниматели) «реализуют» их в своей сознательной деятельности, а обобщение их субъективных намерений, исходящих из стремления к «удовольствию», что внятно и утверждает А. Маршалл [5, с. 69-80].

Другая особенность суждений А. Маршалла о рыночной конкуренции – это её определение на уровне явлений: «Строгое содержание понятия «конкуренция», очевидно, заключается в том, что один человек состязается с другим, особенно при продаже или покупке чего-либо» [5, с. 60]. Как «очевидно», это «строгое» определение: 1) тавтологично (состязается = конкурирует); 2) поверхностно; 3) бессодержательно (почему и как состязается?). Поэтому А. Маршалл приравнивает конкуренцию к наличию «экономической свободы» для предпринимателей [5, с. 65], т.е. к условию её осуществления, а далее

завершает определение конкуренции (и не только рыночной) как действия тех, «кто лучше умеет извлекать из окружающей обстановки наибольшие выгоды для себя самого» [6, с. 267], что конечно верно как формально общее всех видов, родов, форм, типов и т.д. конкуренции.

Именно такое, «всеобъемлющее» понятие конкуренции позволяет А. Маршаллу включить в нее конкуренцию труда и капитала по их взаимодействию как факторов производства [6, с. 95, 224, 245] и «конкуренцию» любого предмета самого с собой, когда есть «различные виды его употребления», т.е. фактически менять смысл понятия рыночной конкуренции и употреблять его в бытовом варианте.

Центральный вопрос исследования рыночной конкуренции для всех экономистов, в том числе и у А. Маршалла: что управляет ценой? Утверждая, что «предельные издержки не управляют ценой» [5, с. 54], он склоняется к определению цены предложения «реальными издержками производства» [5, с. 21–22, 26,33] (которые он отличает от «затрат производства» [6, с. 20]): «Можно вывести средние затраты ... и результат будет представлять собой нормальную цену предложения как для долгих, так и для коротких периодов» [7, с. 269]. Но столь же определенно А. Маршалл полагал определение цены отношением спроса и предложения [6, с. 101, 228, 281]. Выходит он из этой дихотомии утверждением: «И «рыночные» цены, и «нормальные» цены образуются под влиянием множества факторов» [6, с. 31], но «стоимость вещи (у него это цена – М.П.) обладает тенденцией в конечном счёте приходиться в соответствие с издержками её производства» [6, с. 31].

А. Маршалл лишь однажды делает небольшой шаг к раскрытию самого процесса конкуренции на рынке однородного товара, когда соглашается с Курно в том, что на свободном рынке «цены на одни и те же товары имеют тенденцию легко и быстро выравниваться» [6, с. 6]. Здесь неявно признаётся, что сначала на рынке одного рода товара существуют разные цены предложения и что они «выравниваются». Оставалось показать, как именно происходит это «выравнивание», т.е. усреднение индивидуальных цен предложения. Но А. Маршалл ограничивается простой констатацией результата тенденции «выравнивания», тенденции к тому, «чтобы ... в один и тот же момент платили за один и тот же предмет одинаковую цену» [6, с. 7].

Если до сих пор речь шла о конкуренции внутри рынка одного рода товара, то далее А. Маршалл переходит к иному роду конкуренции – движению ресурсов (у него – факторов) из производства и рынка одного рода товаров в другие, т.е. к межрыночной конкуренции, специально не отграничив её от внутрирыночной конкуренции. Он лишь отмечает тенденцию «перемещаться из той области применения, где его (фактора – М.П.) использование менее ценно, в те области, где оно более ценно» [6, с. 223], т.е. «если им (предпринимателям – М.П.)

сулит выгоду некоторое перемещение затрат из одной области в другую, они так и сделают» [6, с. 223], несмотря на то, что «они не могут быть быстро переключены на другие виды деятельности» [7, с. 267].

Констатируя этот род конкуренции, А. Маршалл достаточно подробно разъясняет возникающее отсюда изменение объёмов предложения каждого рода товара и их цен [6, с. 28–29]. Так он замечает, что если «спрос оказывается высоким, рыночная цена на время поднимается ... в результате производство расширяется до прежнего уровня; противоположный процесс происходит, когда цена на время опускается ниже её обычного уровня» [6, с. 32–33].

В итоге А. Маршалл прямо отмечает конкуренцию того рода, который вызван существенными различиями в соотношениях спроса и предложения по родам товаров и который состоит в опережении других предпринимателей в процессах их перехода в «выгодные» занятия: «Кому удаётся вовремя обеспечить дополнительные поставки на рынок, чтобы воспользоваться высокой ценой, получают ненормально высокое вознаграждение, а если это мелкие ремесленники, ведущие производство на собственный счёт, все это повышение цены идёт на увеличение их доходов» [6, с. 281].

А. Маршалл не рассматривает межотраслевую конкуренцию, и такого названия у него нет. Но в третьем томе своих «Принципов экономической теории» он замечает, что «норма прибыли тем выше, чем выше будет сумма заработной платы по сравнению с издержками на приобретение материалов и стоимости товарного запаса» [7, с. 23]. Фактически речь идёт о высокой трудоёмкости (низкой капиталоемкости) строения производства (соотношения труда и капитала) в отрасли.

А. Маршалл отмечает и различие годовой нормы прибыли в разных отраслях в связи с разной в них скоростью оборота капитала, что показано им на примерах из торговли, судостроения и текстильной промышленности [7, с. 26-27]. Но вместо того, что бы далее показать конкуренцию капиталов, приводящую к уравниванию нормы прибыли, А. Маршалл неожиданно делает вывод, что «общей тенденцией к выравниванию прибыли с оборота не существует ...» [7, с. 27], что «в каждой отрасли своя, справедливая или нормальная» норма прибыли [7, с. 28].

Общее понимание рыночной конкуренции А. Маршалл применяет к конкуренции на рынке труда. На вопрос: что продаётся на этом рынке, он отвечает так: «Человеческий фактор производства не покупается и не продаётся как машины и другие вещественные факторы производства. Рабочий продаёт свой труд ...» [6, с. 266]. И потому он вынужден говорить о «стоимости труда» [6, с. 276], так же как А. Смит и Д. Рикардо. Но далее А. Маршалл использует понятие «рабочая сила»

[6, с. 18, 274]. Ведь только к продаже дневной рабочей силы, а не продаже труда, можно отнести слова А. Маршалла, что «человек ... настолько устаёт ещё задолго до выполнения своей работы, что очень рад, когда настанет конец рабочего дня» [5, с. 211]. И совсем ясно, что А. Маршалл сам себе противоречит относительно «продажи труда», когда указывает, что «на рынке рабочей силы преимущество чаще оказывается на стороне её покупателей, а не продавцов» [6, с. 18]. Так и остаётся не ясным, что же, по А. Маршаллу, продаётся: труд или рабочая сила. У него – и то, и другое как одно и то же.

Несмотря на эти противоречия, А. Маршалл определяет цену труда (заработную плату) на основе издержек «воспроизводства, обучения и содержания производительных работников» [6, с. 276], «издержек на обеспечение подрастающего поколения, обучение производительных рабочих и на поддержание и приведение в действие всей их энергии» [6, с. 234]. Фактически это у него «нормальная стоимость» труда [6, с. 276], которая отличается им от цены труда когда он замечает «он (рабочий. – М.П.) продаёт свой труд по цене ниже его нормальной стоимости» [6, с. 276]. А поскольку А. Маршалл не разграничивает уровни определения заработной платы (среднего и индивидуального работника), то он отрицает «общий уровень заработной платы», утверждая, что каждая группа работников «обладает собственной ценой спроса» [6, с. 235-236], хотя очевидно, что средняя величина заработной платы есть в каждой стране.

Разделяя «воспроизводственный» подход к определению «стоимости труда», А. Маршалл отвергает доктрину «о том, что заработок рабочего имеет тенденцию быть равным чистому продукту его труда» [6, с. 219], или «равной чистому продукту, произведённому добавочным трудом предельного работника» [6, с. 219]. Но тем более странно утверждение самого А. Маршалла, что «всякий рабочий вообще способен на заработок за 100 дней труда купить чистые продукты 100 дней труда других рабочих одинаковой с ним квалификации» [6, с. 242]. Это было бы верным, если согласиться с вышеприведённой «доктриной» и отрицать наличие прибавочного труда наёмного работника. Реально за 100 дней труда работник получит заработную плату, на которую он купит «чистые продукты» 50 дней труда других рабочих, если рабочий день делиться на необходимое и прибавочное время поровну.

Переходя непосредственно к конкуренции на рынке труда, А. Маршалл касается внутрипрофессиональной конкуренции, не соглашаясь с тем, что «конкуренция ведёт к выравниванию заработков людей, занятых в одной и той же профессии» [6, с. 251], так как у них может быть разная производительность труда [6, с. 251]. Последнюю он отождествляет с интенсивностью труда, а кроме того должен был указать на различия заработков в одинаковой профессии из-за разной

квалификации работников. Последнюю А. Маршалл отмечает (не называя её неценовой стороной внутрипрофессиональной конкуренции) когда указывает: «Это конкуренция главным образом «вертикальная»; это «борьба за область занятости, происходящая между группами труда разной категории сложности» [7, с. 81].

А вот то, что «происходит и «горизонтальная» конкуренция ... поскольку, во-первых, существует свобода перемещения взрослых индивидуумов из одной отрасли деятельности в другую ...» [7, с. 281], это уже фактически относится к межпрофессиональной конкуренции (которую он не отличает от внутрипрофессиональной). Она вызывается тем, что «то в одной отрасли (вернее было – профессии – М.П.), то в другой оказывается либо избыток, либо недостаток предложения труда» [6, с. 242]. Поэтому будет разной цена труда в среднем по профессиям, о чём А. Маршалл явно не говорит, но предполагает, когда отмечает, что «родители уже начали выбирать для своих детей другие профессии, которые сулят большие чистые выгоды ... в результате чего ... будет наблюдаться спад предложения подходящей рабочей силы» [6, с. 50].

В результате этой формы конкуренции на рынке труда «зарплатная плата рабочих одной и той же квалификации или категории проявляет тенденцию к равенству в различных профессиях» [6, с. 242]. Этой тенденции может препятствовать, как замечает А. Маршалл, «совмещённый спрос на труд представителей всех разнообразных ... профессий» [6, с. 69], участвующих в производстве одного рода товара.

А вот утверждение, что люди простого труда «жёстко конкурируют друг с другом из-за сравнительно малого количества работы, к которой они пригодны» [6, с. 263], вероятно, было верным во времена А. Маршалла, но утрачивает смысл по мере всеобщего образования населения страны. Поэтому ныне в развитых странах скорее мало желающих выполнять простой труд, чем наблюдать «жёстко конкурирующих» за его выполнение.

Один из продолжателей идей «неоклассики», Ф. Найт, свои суждения о рыночной конкуренции начинает с главного условия её существования. Им, как он считает, «является отсутствие неопределённости» [8, с. 31] информации. Но известно со времён А. Смита, что главное для существования конкуренции – это свобода в предложении продавцов и в спросе покупателей на рынке определённого рода товара. «Каждый потенциальный покупатель всегда (видит. – М.П.) предложения, поступающие от продавцов, и делает выбор из всех этих предложений» [8, с. 83]. Этот выбор – вопрос не столько информации, сколько наличия множества продавцов.

Сам процесс рыночной конкуренции у Найта не рассматривается, но это не мешает ему указать, что конкуренция устраняет прибыль [8, с. 32]. Но это верно только по отношению к экономической прибыли (и то не для всех), а «нормальную» прибыль («вознаграждение»

предпринимательской деятельности) получают все, кто имеет равенство средних издержек и среднерыночной цены товара данного рода. Они же, при условии $D > S$ на данном рынке, будут получать и экономическую прибыль. Её получают те, у кого $AC < P_{cp}$.

Мысль об отсутствии прибыли при свободной конкуренции пугает Найта, видимо потому он считает, что она как идеальная и совершенная обречена на гибель, не может существовать в реальном мире [8, с. 191]. Это верно в том смысле, что она идеальна только в теории, где определяется её сущность, а в реальном мире явлений она всегда модифицирована в большей или меньшей мере.

Межрыночную конкуренцию Найт не отличает, но замечает, что «конкуренция уравнивает выигрыши от этого бизнеса с теми, которые достигаются в других сферах» [8, с. 157].

Наконец, Найт отмечает специфику товара на рынке труда. Он утверждает, что способность к труду нельзя сдать в аренду отдельно от её носителя [8, с. 158]. С этим можно согласиться: рабочую силу нельзя сдавать в аренду, так как она в виде дневной способности к труду продаётся. Это означает и тот факт, что в начале рабочего дня эта способность у её носителя есть, а к концу рабочего дня её уже нет, она израсходована и должна быть восстановлена к началу следующего рабочего дня.

Таким образом, «неоклассика» в понимании процесса рыночной конкуренции отметила эмпирически наблюдаемые его элементы, взаимосвязи цен предложения и объёмов спроса, движение ресурсов из производства и рынков разного рода товаров, что создаёт тенденцию к общему рыночному равновесию. Эти наблюдения сделаны и для рынка труда.

Список литературы

1. Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии или теория общественного богатства. – М.: Изограф, 2000. – 448 с.
2. Негиши Т. История экономической теории: пер. с англ. – М.: АО «Аспект Пресс», 1995. – 462 с.
3. Энтов Р. У истоков «чистой экономической теории» Л. Вальраса // Вопросы экономики, 1990. – №11. – С. 111–121.
4. Боулс С., Гинтис Г. Вальрасианская экономическая теория в ретроспективе // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса. – М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2006. – Т.6. – С. 301–337.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки: пер. с англ. – М.: Изд. группа «Прогресс», 1993. – Т.1. – 416 с.
6. Маршалл А. Принципы экономической науки: пер. с англ. – М.: Изд. группа «Прогресс», 1993. – Т.2. – 311 с.
7. Маршалл А. Принципы экономической науки: пер. с англ. – М.: Изд. группа «Прогресс», 1993. – Т.3. – 351 с.

8. Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль: пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 360 с.

**MARKET COMPETITION IN THE INTERPRETATION OF THE
FOUNDERS OF «NEOCLASSICS»**

M.V. Petrishev

Tver State University
Economic department

The article shows L. Walras' and A. Marshall's contribution to competition research on different goodsmarkets, on labour market, as well as the general market equilibrium.

Keywords: *a neoclassical school, the supply prices, supply priceslevelling, average market prices, the general marketequilibrium, labour marketcompetition.*

Об авторах:

ПЕТРИЩЕВ Максим Викторович – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Тверского государственного университета, e-mail: magainm@yandex.ru