

К ПОЗНАНИЮ ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ

УДК 330.88

ТЕОРИИ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

М.В. Петрищев

Тверской государственный университет
Кафедра экономической теории

Критически анализируются теория монополистической конкуренции Э. Чемберлина и теория несовершенной конкуренции Дж. Робинсон, а также взгляды Дж. Хикса и П. Сраффы на конкуренцию в условиях монополизации рынков

Ключевые слова: чистая монополия, взаимоприспособление в олигополии, дифференцированный продукт, монополистическая конкуренция, контроль цен монополиста, межотраслевая конкуренция капиталов.

В XX веке наибольший вклад в теорию рыночной конкуренции внёс Э.Х. Чемберлин. Он (вклад) состоит из трёх частей: 1) теория чистой конкуренции и чистой монополии; 2) теория олигополии; 3) теория монополистической конкуренции. Основное внимание уделено им последней и потому уже во введении Чемберлин, отметив различие им чистой и совершенной конкуренции [6, с. 33], перечислив условия существования чистой конкуренции [6, с. 34], приступает к теории монополистической конкуренции, которую П. Самуэльсон назвал революцией в экономической теории. Если к большинству суждений о рыночной конкуренции можно отнести слова П. Самуэльсона о том, что «многие великие имена современности участвовали в этой дискуссии (о природе рыночной конкуренции – М.П.) ... я могу сказать, что это были скорее всего бесплодные разговоры» [2, с. 354], то меньше всего их можно отнести к Э.Х. Чемберлину.

Из-за того, что для существования чистой конкуренции «товары должны быть совершенно однородными или стандартными» [6, с. 354], всякое, даже самое небольшое, отличие продуктов разных продавцов Чемберлин трактует как основание для их монополии [6, с. 354]. Сразу же заметим, что совершенная однородность или стандартность продукта – это явное завышение требований к чистой конкуренции. Ей вполне достаточно рынка однородных в основе товаров.

Но Чемберлину указанное им требование понадобится, чтобы обосновать всеобщность элементов монополии для любого товара и его цены [6, с. 36-37], хотя он признаёт, что даже заменители «фактически являются такими же в основном продуктами» [6, с. 103–104], т.е. товарами того же рода.

Это преувеличение значимости «слегка отличающихся» [6, с. 34] продуктов для существования монополистической конкуренции приведёт Э. Чемберлина к гносеологическому противоречию в её определении. Об этом, чуть ниже, а пока по порядку (как у Чемберлина) перейдём к «чистой» конкуренции.

Поскольку исследование конкуренции ведётся Чемберлином не на общественно-экономическом уровне, то он ничего не говорит о её основании, а определяет два условия её существования: 1) «большое количество продавцов и покупателей» [6, с. 34] и 2) «все производители производят идентичный товар» [6, с. 34], или «продукты совершенно однородны» [6, с. 453]. Казалось бы теперь он перейдёт к процессу чистой конкуренции. Однако, вместо этого, Чемберлин, как это делается ныне в теории «совершенной конкуренции», и которую он противопоставлял своей «чистой» конкуренции, исходит в ней из единой окончательной цены, означающей, «что отдельный конкурент лишён какого бы то ни было влияния на цену» [6, с. 46]. Это, по сути, есть отказ от рассмотрения процесса чистой конкуренции и фиксация неизвестно как появившегося её результата. Да и то не как установление индивидуальных цен предложения и спроса на уровне их средних по данному рынку значений, а как некоей, отдельно существующей (как особое явление) рыночной цены.

В итоге у него появляется утверждение: «чисто конкурентная цена не есть нормальная цена, и тенденции к её установлению не существует, за исключением только тех участков системы ценообразования, где конкуренция является действительно чистой» [6, с. 102]. Но ведь на большее «конкурентная цена» и процесс её установления и не претендуют.

Э. Чемберлин не отличает в своей «чистой» конкуренции её внутрирыночный и межрыночный процессы, но указывает на колебания (цен – М.П.) вокруг равновесия» [6, с. 58], и еще на более важные «причудливые сдвиги спроса и предложения в те моменты, когда все устремляются в одну сторону, а затем – в другую» [6, с. 61]. Жаль только, что он не ставит вопросов о том, что заставляет цены колебаться и чем обусловлены «причудливые сдвиги спроса и предложения», а ведь речь фактически идёт о межрыночных процессах, переливе ресурсов и поддержании общего равновесия путём отклонений и возврата к нему.

Олигополия по Чемберлину связана с тем, «что число продавцов больше единицы, но не настолько велико, чтобы долю каждого из них сделать ничтожно малой» [6, с. 62–63]. Поэтому каждый «продавец учитывает влияние, оказываемое его политикой (цен и объёмов предложения – М.П.) на соперников» [6, с. 64]. Отсюда Чемберлин выводит невыгодность ценовой войны, т.е. конкуренции, показывает необходимость их взаимоприспособления: «Производители приспособливаются друг к другу в отношении объёма продукции, а затем – в отношении цен» [6, с. 32]. Введение Чемберлином понятия «взаимоприспособление» и механизма его осуществления на деле выгодно отличается от «конкурентного взаимодействия» в теории микроэкономики. Ведь в результате взаимоприспособления цены и

предложения фирм в олигополии устанавливаются «таким же образом, как если бы между ними существовало монополистическое соглашение» [6, с. 84].

Еще более определённо тождество олигопольных и монопольных цен утверждается Чемберлином, когда он отмечает установление цен в олигополии при наличии в ней лидера. «В этом случае ... устанавливается цена тождественная той, которая установилась бы при полном отсутствии конкурентов» [6, с. 86], т.е. монопольная цена.

В определении Э. Чемберлином дифференцированного продукта как основания монополистической конкуренции содержится гносеологическое противоречие. Начало этого определения указывает, что необходимо «существенное основание для того, чтобы отличать товары (или услуги) одного продавца от товаров (или услуг) другого продавца» [6, с. 93]. А в продолжение этого определения, он отступает от существенности отличий товаров внутри их одного рода и считает достаточным хоть какое-то их различие, вплоть до «наличия оттенков» [6, с. 104] и свойств, воображаемых покупателями, чтобы товар можно было определить как дифференцированный, т.е. такой, который обеспечивает его монополию на рынке [6, с. 104].

Это противоречие «в самом себе» продолжается относительно причины (основания) и следствий выбора покупателей и дифференциации товара. Опять же Чемберлин сначала говорит о предпочтении покупателей (в том числе по их заблуждению, воображению) как основания дифференциации товаров, а затем – «когда продукты дифференцированы, покупателям даётся основа для предпочтения» [6, с. 108].

В числе оснований дифференциации товаров Чемберлин называет «фабричные марки, фирменные названия» и т.д. «Если фабричная марка отграничивает, т.е. выделяет известный продукт как отличный от прочих, то она даёт продавцу этого продукта монополию» [6, с. 99]. Но фабричная марка может быть символом, знаком не только действительно дифференцированного товара, но и высокого качества продукта, что даёт ему высокую, но не утверждаемую Чемберлином в этом случае монопольную цену. Наконец, фабричная марка может быть связана с простым снобизмом, созданным ей рекламой.

Чемберлин не объясняет, как соединяются монополия и конкуренция в монополистической конкуренции. Он говорит, что в ней «имеются и элементы монополии, и элементы конкуренции» [6, с. 101], что она есть «явление состоящее из монополии и конкуренции» [6, с. 242], представляет собой «некоторую комбинацию монополии и конкуренции» [6, с. 256], в ней «имеет место слитность конкуренции и монополии» [6, с. 246]. Всё это означает, что Чемберлин рассматривает эти элементы как находящиеся на одном структурном уровне, а сама монополистическая конкуренция остаётся у него одноплоскостной, определённый синкретично.

Поскольку «суть монополии заключается в контроле над предложением» [6, с. 103], то и цена дифференцированного товара как монопольного устанавливается, как чётко показывает Чемберлин, контролем его предложения и его спросом [6, с. 105]. Это в принципе

отличает формирование цены дифференцированного от цены конкурентно-родового. Здесь Чемберлин даёт основу для отличия «рынка» дифференцированного товара от других рынков, так как у него новые факторы объёма сбыта: 1) цена; 2) особенности продукта; 3) затраты на рекламу [6, с. 111].

Хотя в современной литературе монополистическую конкуренцию принято относить к ведомству «несовершенной конкуренции», но сам Э. Чемберлин целый параграф назвал: «Монополистическая конкуренция и её отличие от несовершенной конкуренции» [6, с. 256]. Лишь в одном месте у него содержится утверждение, дающее основание к предположению, что он к монополистической конкуренции относил «конкуренцию» олигополистов: «Теория монополистической конкуренции имеет, стало быть, дело не только с проблемой единичного равновесия (являющейся объектом обычной теории монополии), но и с проблемой группового равновесия (проблемой взаимоприспособления экономических сил внутри группы конкурирующих между собой монополистов, которая обычно рассматривалась попросту как группа конкурентов)» [6, с. 113]. Взаимоприспособление не требуется ни в нише дифференцированного монопольного товара, ни в «группе конкурентов». Остаётся только олигополия, но она может в монополистической конкуренции «присутствовать», если только одинаковая дифференциация родового товара производится несколькими фирмами, что Чемберлином не рассматривалось.

Дж. Робинсон довольно обстоятельно рассматривает «равновесие в условиях конкуренции» [1, с. 140]. В нашем понимании это следствие межрыночной конкуренции, обеспечивающей тенденцию к общему равновесию рынков. Она сначала констатирует, что «получение действующими фирмами необычайно высоких прибылей побуждает новые фирмы начать производство соответствующей продукции, тогда как получение необычайно низких прибылей, вызывая прекращение новых инвестиций, приводит к уменьшению в отрасли числа новых фирм» [1, с. 140]. Далее ее интересуют условия доступа фирм в отрасли с высоким спросом и их ухода из отраслей с сокращающимся спросом [1, с. 140]. Понятно, что эти условия нужно искать, прежде всего, в степени монополизации рынков каждого рода товаров, накладывающей ограничения на мобильность ресурсов.

Мысль о переходах фирм с одного рода рынка на другие повторяется у Робинсон многократно, делается вывод, что в «условиях *laissez faire* ресурсы направляются по различным видам предприятий благодаря колебаниям прибыли вокруг нормального уровня» [1, с. 382]. Однако она не рассматривает сам этот процесс как постоянное формирование новых объёмов предложения и соответствующего непрерывного изменения соотношения спроса и предложения, вызывающие колебание рыночных цен, а стало - быть, и уровней прибыльности каждой сферы деятельности.

Продолжая вопрос о движении фирм в выгодные отрасли, Робинсон исходит из того, что «прибыль фирмы будет нормальной, если цена её продукции равна средним издержкам производства». Причём «средние издержки должны включать среднюю прибыль на

единицу выпуска» [1, с. 142]. Это положение у неё повторяется неоднократно. По сути, с него можно было начинать исследование процесса конкуренции на рынке отдельного рода товара, но Робинсон ограничивается анализом выпуска (предложения) и прибыли отдельной фирмы [1, с. 143], а не процесса установления среднерыночной цены внутри рынка товара данного рода.

По мнению Робинсон монополия продавцов должна быть ограничена посредством «контроля над ценами ... чтобы вынудить монополиста произвести возможно большее количество продукции» [1, с. 230], что в неявном виде означает признание ею установления монопольной цены посредством ограничения им объёма предложения своей продукции. А в явном виде у Робинсон это говорится так: «Монополист будет выпускать продукции меньше, чем в условиях конкуренции» [1, с. 235], что «может способствовать установлению более высокой цены на данную продукцию» [1, с. 379].

Конкуренция покупателей определена у Робинсон так, что «если покупатель предложит денег меньше, он может и нечего не купить, а если больше, чем того требуют цены (продавцов – М.П.), он может скупить все предлагаемые товары» [1, с. 296]. Если же на рынке данного товара существует монополия, то, по мнению Робинсон, монополист «станет так регулировать объём закупок, чтобы его предельные издержки равнялись предельной полезности» [1, с. 301], что, конечно же, не делает ясным определение цены при монополии.

Дело в том, что Робинсон критически относится к теории полезности вообще и предельной полезности в частности. «Концепция предельной полезности носит, по нашему мнению, чисто формальный характер и в ряде случаев лишена какого-либо реального или значительного смысла» [1, с. 297].

Тем более странно применение этой концепции Робинсон в определении заработной платы (цены труда). Сначала она утверждает, что «заработная плата совпадает со средней чистой производительностью труда нанятых работников. Эта заработная плата и представляет собой цену спроса на труд данного количества работников» [1, с. 340]. Далее: «В условиях совершенной конкуренции, справедливо, что предельная и средняя чистая производительность труда для отдельных фирм совпадают» [1, с. 341]. А потому «заработная плата «стремится» уравниваться со стоимостью предельного физического продукта отдельного нанимателя» [1, с. 341].

Как со «стоимостью предельного продукта», так и со «средней чистой производительностью труда» одна проблема: чтобы их определить, нужно наперёд знать величину заработной платы: «Её (среднюю) чистую производительность труда – М.П.) можно получить, если построить кривую валовой производительности труда, а затем из затрат на все факторы учесть только расходы на оплату труда» [1, с. 342]. Это всё тот же круг: чтобы знать «х» нужно знать «у», а последний узнаешь, когда будешь знать «х».

Таким образом, Робинсон фактически уходит от рассмотрения конкуренции на рынке труда, заработная плата у неё устанавливается

неконкурентно. И только в одном случае она замечает, что «для привлечения новых работников назначается сравнительно высокая заработная плата. Это может быть обусловлено необходимостью переманить работников из сфер, где оплата труда выше» [1, с. 384]. Это элемент внутрипрофессиональной конкуренции покупателей на рынке труда.

И, конечно же, Робинсон повторяет стандарты неоклассики о том, что если цена труда снижается, то спрос на труд растёт, а снижение спроса на труд ведёт к снижению уровня оплаты труда [1, с. 373]. Но это не раскрывает процесса конкуренции на рынке труда.

Наконец, Робинсон указывает, что в условиях монополии уровень заработной платы устанавливается не конкуренцией, а позициями нанимателей и нанимаемых «на переговорах о заработной плате» [1, с. 370]. А поскольку эти позиции не равны, Робинсон считает необходимым участие в этих переговорах профсоюзов и государства, т.е. определение размеров оплаты труда в этих условиях, как видно, определяется не рыночным способом.

Дж. Хикс – сторонник сохранения отношений свободной конкуренции и ограничения монополии [7, с. 22], рассматривает проблемы механизма установления общего конкурентного равновесия. Как и его предшественники, он исходит из так называемой «заданной единой цены» на рынке данного рода товара, не объясняя, кто (что) и как её «задал».

Его больше интересует вопрос о взаимозаменяемости товаров и её роли в установлении общерыночного равновесия. Он полагает, что «возникает тенденция к замещению всех других товаров тем товаром, цена которого снизилась» [5, с. 125], но не определяет, что эта тенденция действует в границах не «всех других товаров», а только способных удовлетворять одну и ту же родовую потребность. Иначе получится, что при снижении цены брюк они могут заместить часть продуктов питания и повлиять на их равновесие на рынке, изменить их спрос. Хикс сам замечает, что порядок предпочтения «сам по себе не зависит от цен» [5, с. 150], т.е. структура спроса в основе определяется структурой потребностей и платёжеспособностью.

Дж. Хикс не различает роды рыночной конкуренции, для него всё определяется как совершенная конкуренция. Но он чётко определяет условия поддержания рыночного равновесия, так же как и отклонения от него (что в нашей терминологии называется межрыночной конкуренцией): «Состояние равновесия необходимо, чтобы малейшие отклонения системы от этого состояния вызывало к действию силы, стремящиеся восстановить равновесие. Это означает, что превышение цен равновесного значения неизбежно порождает действие сил, стремящихся снизить цену; для условий совершенной конкуренции сказанное подразумевает, что рост цены ведёт к расширению предложения по сравнению со спросом» [5, с. 158]. Хотя эти «силы» (перелив предпринимателями ресурсов на рынки, где $D > S$) стремятся не к снижению цены, а к тому, чтобы успеть к извлечению экономической прибыли. Сам механизм, показанный Хиксом, относится к роду межрыночной конкуренции, как силы «стремящейся восстановить равновесие».

Сраффа не причисляется к определённой школе. Он (как и В. Ойкен) критикует положение теории совершенной конкуренции, согласно которому «конкурентный производитель не может воздействовать на цену, она неизменна, каково бы ни было количество товара, которое он может лично выбросить на рынок» [4, с. 146]. Действительно, уже в простейшем виде нужно показать, как устанавливается среднерыночное значение индивидуальных цен предложения участников конкуренции. При равенстве общего объёма спроса и предложения товара данного рода «кривая предложения каждой отдельной фирмы снижается» [4, с. 148]. В этом содержится указание Сраффы на взаимоотношение конкурентов.

Второе, что показывает Сраффа, это условия межотраслевой конкуренции. Сначала он отмечает неравенство «пропорций, в которых труд и средства производства используются в различных отраслях» [4, с. 148]. Затем указывает, что «отрасли, для которых характерно достаточно низкое соотношение труда и средств производства ... будут иметь дефицит, а отрасли, где это соотношение достаточно высокое будут иметь излишки» [4, с. 45]. Далее говорит об изменении цен для восстановления баланса в каждой из отраслей. В результате у него «норма прибыли одинакова во всех отраслях» [4, с. 49].

Сраффа – единственный из современных зарубежных экономистов, кто рассматривает вопрос о межотраслевом движении капиталов в связи с их разным строением в разных отраслях: «Конкуренция на рынке капитала затрагивается редко даже поверхностным образом и ещё реже становится предметом глубокого рассмотрения» [3, с. 272]. Но и он не объясняет самого процесса межотраслевой конкуренции, приводящей к уравниванию нормы прибыли на равные капиталы.

Третье положение, высказанное Сраффой, касается монополистической конкуренции, хотя он прямо её не называет, но указывает, что каждый конкурент старается создать барьеры своего рынка. Если это удаётся, то он «получает выгоды, что равнозначно тем, которыми владеет монополист» [4, с. 149]. О последнем Сраффа замечает, что «когда он увеличивает их (цены – М.П.), его покидает часть покупателей» [4, с. 150]. В этой связи Сраффа вводит понятие «предельный покупатель» как предел повышения монопольной цены [3, с. 152]. Все это подтверждает положение о том, что при заданном монополистом объёме предложения товара, его цена (P_m) будет функцией от спроса на него ($P_m = f(D)$), а часть « D » и его субъектов просто «отпадает» при такой цене.

Таким образом, даже при наличии гносеологических противоречий в теории монополистической конкуренции, Э.Х. Чемберлин четко показал 1) взаимоприспособление субъектов олигополии по объемам и ценам предложения их товаров, т.е. фактическое устранение в ней конкуренции, 2) обосновал понятие дифференциации товара, необходимого для монополистической конкуренции, 3) отличил ее от несовершенной конкуренции. Дж. Робинсон, как и Дж. Хикс, в теории несовершенной конкуренции

показали условия мобильности ресурсов в отрасли с высоким спросом из отраслей с низким спросом. Дж. Робинсон обосновала необходимость контроля государства над предложением монополистов и над установлением ими цены труда.

Список литературы

1. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 469 с.
2. Самуэльсон П.Э. Монополистическая конкуренция – революция в теории // Вехи экономической мысли. – Т.2. Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – С. 354–370.
3. Современная экономическая мысль. Пер. с англ. – М: Издат. группа: «URSS», 1981. – 816 с.
4. Сраффа П. Производство товаров посредством товаров / пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 160 с.
5. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал / пер. с англ. – М.: Издат. группа «Прогресс», 1993. – 488 с.
6. Чемберлин Э.Х. Теория монополистической конкуренции: реориентация теории стоимости. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.
7. Энтон Р.М. Экономическая теория Дж. Р. Хикса / Хикс Дж. Р./ пер. с англ. – М.: Издат. группа «Прогресс», 1993. – 488 с.

THEORIES OF MONOPOLISTIC AND IMPERFECT COMPETITION

M.V. Petrishev

Tver state University, Tver
Department of economic theory

The author critically analyses the theory of monopolistic competition proposed by Chamberlin, the theory of imperfect competition by Robinson as well as the ideas of Hicks and Sruff concerning the competition in market monopolies.

Keywords: *pure monopoly, mutual adaptation in oligopoly, differentiated product, monopolistic competition, monopolistic price control, interindustry finance competition.*

Об авторах:

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