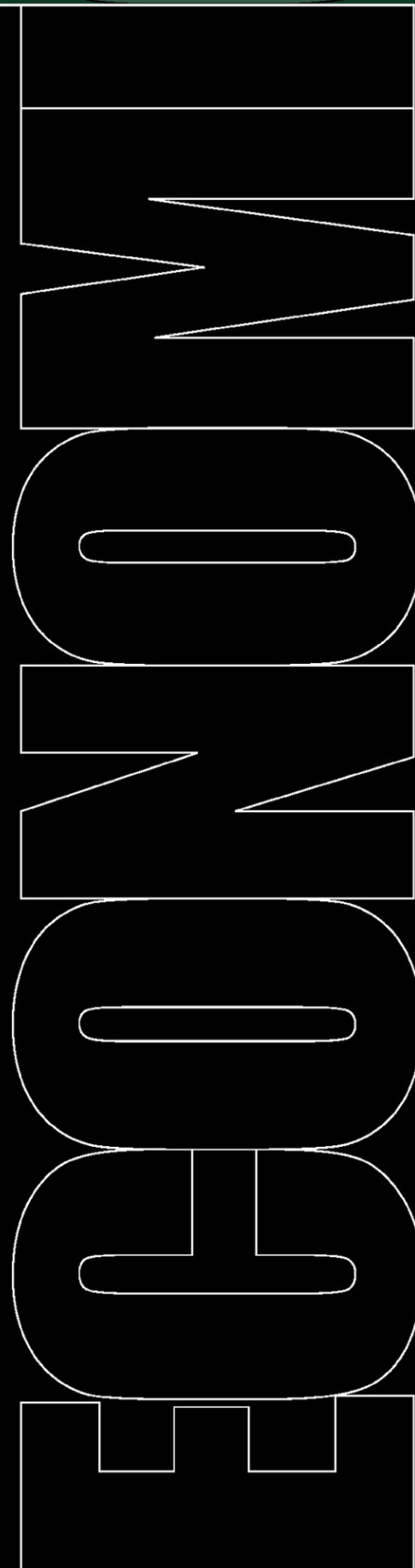


**АВСТРИЙСКАЯ
ШКОЛА**

23
выпуск

Израэл КИРЦНЕР

**КОНКУРЕНЦИЯ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**



Австрийская школа

Израэл Кирцнер

**Конкуренция и
предпринимательство**

«Интермедиатор»

1973

УДК 339.13.012.42
ББК 65.011.3

Кирцнер И.

Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер —
«Интермедиатор», 1973 — (Австрийская школа)

ISBN 978-5-91603-651-0

Израэл Кирцнер (род. 1930) — заслуженный профессор в отставке Нью-Йоркского университета. Один из ключевых фигур и организаторов возрождения австрийской школы в конце 1970-1990-х годах. В 1955 г. защитил докторскую диссертацию под руководством Людвиг фон Мизеса. «Конкуренция и предпринимательство» — самая известная книга И. Кирцнера, в которой он формулирует теорию рыночного процесса в противоположность господствующей в микроэкономике теории равновесных цен. По его мнению, рынок состоит из взаимодействующих решений потребителей, предпринимателей-производителей и собственников ресурсов. Совокупность изменений во взаимосвязанных решениях участников рынка в течение определенного периода времени формирует рыночный процесс. Причем в движение он приводится в результате первоначальной рыночной неосведомленности его участников. Будучи конкурентным (в том смысле, что он состоит из последовательных попыток стремящихся к прибыли предпринимателей опередить друг друга, предлагая рынку привлекательные возможности купить и продать), рыночный процесс, по мнению Кирцнера, является также предпринимательским по своей сути.

УДК 339.13.012.42
ББК 65.011.3

ISBN 978-5-91603-651-0

© Кирцнер И., 1973
© Интермедиатор, 1973

Содержание

К читателю	6
Израэл Кирцнер	7
Предисловие	11
Глава I Рыночный процесс против рыночного равновесия	12
Рыночная система и теория рынка	13
Задача теории цены: два подхода	15
Конкуренция и предпринимательство	17
Рыночный процесс	18
Конкуренция в рыночном процессе	19
Предприниматель в рыночном процессе	21
Производитель и рыночный процесс	23
Монополия и рыночный процесс	25
Конец ознакомительного фрагмента.	26

Израэл Кирцнер

Конкуренция и предпринимательство

К читателю

Уважаемый читатель!

В последние годы вопросы конкуренции, монополии и антимонопольного регулирования получили постоянную прописку в повестке дня правительства и парламента и активно обсуждаются в прессе. Правительство энергично вмешивается в отношения между, как сейчас принято говорить, хозяйствующими субъектами. Однако нередко это вмешательство противоречит прописным истинам экономической науки. Например, экономическим обоснованием повышения цен производителем считается только рост издержек, появление же возможности продать дороже (благодаря росту цен на внешних рынках либо ввиду повышения спроса на внутреннем рынке) таковым не признается.

Популярность «затратного метода ценообразования» среди государственных чиновников объясняется не только игнорированием фундаментальных основ экономической теории, но и отражает слабую сторону господствующей традиции – статическое представление о рынке и конкуренции. Мейнстрим описывает и моделирует только такие сочетания цен и выпуска, которые удовлетворяют условиям равновесия. Но ведь в ситуации равновесия всякая конкуренция отсутствует. Нет там места и главному действующему лицу любого рынка – предпринимателю.

В книге «Конкуренция и предпринимательство» Израэл Кирцнер разрабатывает альтернативный подход – теорию рынка как динамического процесса. Для него основной вопрос заключается не в доказательстве существования, единственности и устойчивости равновесия, а в выяснении того, каким образом решения отдельных участников рыночных сделок, взаимодействуя между собой, порождают те рыночные силы, которые меняют цены, выпуск и способы производства, механизмы размещения ресурсов.

Идеи, развиваемые автором, приобретают особое значение в нынешней турбулентной экономической среде, когда происходят тектонические сдвиги в структуре производства: одни отрасли расширяются, другие сжимаются, появляются совершенно новые отрасли. Книга, которую вы держите в руках, помогает разобраться, насколько естественны, а значит рыночны, происходящие процессы.

*Николай Дёмкин
генеральный директор ОАО «ПЗСП»,
город Пермь*

Израэл Кирцнер

Израэл Кирцнер – заслуженный профессор в отставке Нью-Йоркского университета. Один из ключевых фигур и организаторов возрождения австрийской школы в конце 1970-х – 1990-х годах. В 1955 г. защитил докторскую диссертацию под руководством Людвиг фон Мизеса. Создал школу, реализующую сформулированную им исследовательскую программу разработки теории рыночного процесса. Основные работы посвящены экономической теории знания, предпринимательства и рыночной этики.

Развитый Израэлем М. Кирцнером (Kirzner I. Competition and Entrepreneurship, 1973) анализ предпринимательства является значительным вкладом в освещение австрийской школой природы рынка как процесса движения предпринимателей к равновесию в обмене результатами человеческой деятельности.

И. Кирцнер родился в Англии в 1930 г. Когда ему было 10 лет, семья переехала в ЮАР. После окончания школы в 1947 г. Кирцнер поступил в Кейптаунский университет, в котором проучился лишь один год. Иммигрировав в США, он поступил в Бруклинский колледж Нью-Йоркского университета и окончил его в 1954 г.

С Людвигом фон Мизесом судьба свела И. Кирцнера в период его пребывания в магистратуре, когда он был склонен заняться бухгалтерским учетом для получения степени МВА в этой области. Впоследствии он будет вспоминать: «В то время я не знал, кто такой Л. фон Мизес. Но выбирая курсы профессоров, я заметил, что Мизес написал больше книг, чем кто-либо другой. Это произвело на меня впечатление, и я записался именно на его курс».

Решение оказалось судьбоносным, и вместо того, чтобы стать бухгалтером, Кирцнер стал ученым-экономистом. Под руководством Л. фон Мизеса он написал докторскую диссертацию, которая послужила основой книги, изданной позднее под названием «Экономическая точка зрения» (1960). После присвоения ему ученой степени доктора наук в области экономической теории (1957) Кирцнер получил должность профессора в Нью-йоркском университете, в котором преподавал до выхода в отставку в 1997 г.

«Конкуренция и предпринимательство» – самая известная книга И. Кирцнера, в которой он формулирует теорию рыночного процесса в противоположность господствующей в микроэкономике теории равновесных цен. По его мнению, рынок состоит из взаимодействующих решений потребителей, предпринимателей-производителей и собственников ресурсов. Совокупность изменений во взаимосвязанных решениях участников рынка в течение определенного периода времени формирует рыночный процесс. Причем в движение он приводится в результате первоначальной рыночной неосведомленности его участников. Будучи конкурентным (в том смысле, что он состоит из последовательных попыток стремящихся к прибыли предпринимателей опередить друг друга, предлагая рынку привлекательные возможности купить и продать), рыночный процесс, по мнению Кирцнера, является также предпринимательским по своей сути.

Специфическое качество кирцнеровского предпринимателя заключается в его способностях воспринимать и осваивать возможности получения прибыли. Благодаря способности понимать обстановку на местах, но главным образом своей бдительности ему удастся создать такое сочетание видов деятельности и обмена, которое было бы невозможно без его посредничества. Вслед за Л. фон Мизесом Кирцнер показывает, что предпринимательство не является свойством, присущим только коммерсантам или спекулянтам, которые занимаются исключительно рискованными операциями. Любая целенаправленная деятельность людей содержит в себе предпринимательский аспект, связанный с неизбежной неопределенностью будущих обстоятельств. Суть активного предпринимательства Кирцнер видит прежде всего в бдитель-

ности по отношению к прежде не замечавшимся возможностям, что, несомненно, является вкладом в экономическую теорию.

И. Кирцнер развивает традиции австрийской школы, ставя во главу угла рыночного процесса такие факторы, как субъективизм и недостаток знаний. При условии существования рассеянного знания предприниматель способен изобрести и реально создать новые сферы деятельности, предоставить индивидам возможность следовать целям, которые ранее были для них недоступны. В этом качестве он становится творцом, изменяющим окружающую среду, которая для других является чем-то ранее заданным. В результате такой деятельности предприниматель порождает длительные изменения в самих контурах экономической сферы, вызывая сдвиги в общей структуре цен, трансформацию деловой активности и поиск новых возможностей получения прибыли. Именно поэтому предпринимательская функция, по Кирцнеру, лежит в основе экономической динамики рыночных отношений как процесса, для которого типично скорее движение к равновесию, нежели статичное состояние равновесия.

Кирцнер рассматривает самого предпринимателя как обязательное условие существования рынка, поскольку именно он выступает своеобразным вектором совмещения спроса и предложения. В этом качестве предприниматель Кирцнера становится необходимой предпосылкой формирования рыночных цен, в особенности на факторы производства: он предвосхищает спрос и предложение индивидов и объединяет их посредством той или иной структуры обмена. Предприниматель становится необходимым человеческим фактором формирования рыночных цен и в этом качестве «производит» новые знания.

Что же касается теории цен, то ее задачи И. Кирцнер видит не в том, чтобы описывать и моделировать только такие сочетания цен и объемов производства, которые удовлетворяют условиям равновесия на рынке. Упор должен быть сделан на понимание того, каким образом решения отдельных участников рыночных сделок, взаимодействуя между собой, порождают те рыночные силы, которые меняют цены, объемы и способы производства, механизмы размещения ресурсов.

Таким образом, в своей книге Кирцнер формулирует теорию рынка и цены, значительно отличающуюся от неоклассической теории цены¹. Самое важное, что ему удалось сделать, – это переориентировать внимание с анализа равновесного состояния рыночных сил на механизм функционирования рынка как процесса. Причем этот процесс он характеризует как конкурентный и предпринимательский одновременно, особо оговаривая, что в условиях рыночного равновесия нет места ни конкуренции, ни предпринимательству. Они присущи только неравновесным состояниям, наличие которых в традиционных экономических теориях рассматривалось гипотетически, поскольку рыночный процесс был составлен из последовательности дискретных состояний равновесия.

Другими словами, как показывает автор, неоклассический анализ придавал особое значение одним свойствам рынка в ущерб другим, не менее важным, создавая теоретическую модель рынка, в которой отсутствовал ряд существенных компонентов, определяющих многообразие функционирующих рыночных отношений в состоянии как равновесия, так и неравновесия.

И. Кирцнер доказывает, что движущей силой конкурентно-предпринимательского рыночного процесса является стремление предпринимателей получить прибыль (в противоположность ее максимизации), которая возникает в результате неадекватности обладания ими рыночной информацией. Адекватное же обладание предпринимателями всей имеющейся информацией является проявлением рыночного равновесия, в котором отсутствуют как конкуренция, так и предпринимательство.

¹ Следует также принимать во внимание, что в 1963 г. И. Кирцнер опубликовал фундаментальную монографию, в которой сформулировал полную теорию цены австрийской школы: *Kirzner I. Market Theory and Price System*. Princeton, NJ: Van Nostrand, 1963.

Именно в такой трактовке Кирцнер и представители австрийской школы радикально расходятся со стандартной экономической теорией благосостояния. Являясь обоснованием вмешательства государства в экономику, нормативная экономическая теория благосостояния занимается поиском наилучшего размещения имеющихся ресурсов при условии, что вся необходимая информация относительно предпочтений и технологий известна участникам рынка и определенно задана. В этом случае главной проблемой является адекватное использование определенных (имеющихся в распоряжении) ресурсов для достижения заданных целей. Границы вмешательства государства в экономику (экономическую политику) определяются тем, насколько эффективно рынок разрешает статические проблемы общества. В той мере, в какой рынок перестает быть эффективным, т. е. испытывает провалы, государство должно его заменять, компенсируя их. А в результате оптимизируется решение экономических проблем в обществе.

По мнению же представителей австрийской школы, основная экономическая проблема состоит в использовании знания, которое никому не дано во всей его полноте (Ф. А. фон Хайек). Поэтому если представители математической ортодоксии видят рынок в качестве компьютера, то Кирцнер как представитель австрийской школы рассматривает его как общественный инструмент мобилизации всех частиц знания, рассеянного в экономике.

Для оценки эффективности решения экономической проблемы Кирцнер предлагает новый критерий: способность системы координировать экономическую деятельность ее членов. «...успех системы, – пишет он, – будет измеряться по ее способности координировать бесчисленные отдельные решения, планы и действия, принимаемые и совершаемые независимо в обществе в течение данного периода времени».

Несмотря на то что книга представляет собой исследование в области экономической теории, ее следует рекомендовать широкому кругу читателей, активно участвующих в экономической жизни. Она дает ясное представление о механизме функционирования рынка, утверждает, что в рыночной экономике всегда есть место предпринимательству и что предпринимательство как явление не связано с предварительным наличием так называемого первоначального капитала. Сообразительный и бдительный, по терминологии И. Кирцнера, предприниматель, увидев выгодную рыночную возможность, всегда в состоянии найти необходимые средства на рынке у более инертных своих собратьев – собственников капитала. Таким образом, каждый является потенциальным предпринимателем. В этом отношении между людьми существует *абсолютное равенство*. Поэтому все жалобы на неблагоприятные условия необоснованы.

Помимо нескольких десятков статей и отдельных глав, И. Кирцнер является автором восьми книг:

The Economic Point of View (Princeton, NJ: Van Nostrand, 1960).

Market Theory and the Price System (Princeton, NJ: Van Nostrand, 1963).

An Essay On Capital (New York: A.M. Kelley, 1966).

Competition and Entrepreneurship (Chicago: University of Chicago Press, 1973)

Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship (Chicago: University of Chicago Press, 1979).

Discovery and the Capitalist Process (Chicago: University of Chicago Press, 1985).

Discovery, Capitalism and Distributive Justice (Oxford: Basil Blackwell, 1989).

The Meaning of Market Process, Essays in the Development of Modern Austrian Economics (London: Routledge, 1992).

В 1997 г. в связи с выходом Израэла Кирцнера в отставку с должности профессора экономической теории Нью-Йоркского университета редакция журнала *Journal of Economic Literature* попросила его написать статью с кратким описанием текущего положения дел в современной австрийской школе. Так появилась статья «Предпринимательское открытие и

конкурентный рыночный процесс: австрийский подход», опубликованная в журнале 5 марта того же года (том 35): Israel M. Kirzner, Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach // Journal of Economic Literature. Vol. XXXV (March 1997). P. 60–85.

Предисловие

В последнее время заметно возрождение интереса к микроэкономическим аспектам экономических систем. Теория цены снова оказалась ядром экономического анализа. Большей частью, однако, современная теория цены продолжает оставаться в рамках системы равновесия. Такой подход не только отвлек внимание от рыночного процесса в сторону равновесия, но и привел к фактическому исключению роли предпринимателя из экономической теории.

Серьезные критики современной теории цены совсем недавно начали обращать внимание на эти недостатки. Некоторые из работ Эббота, Баумоля, Броузена, Дьюи, Лейбенштейна, Макналти и Д. Маккорда Райта, несмотря на значительные различия между собой, отражают общую озабоченность неспособностью современной экономической теории дать адекватное объяснение рыночного процесса. Однако осталось без внимания существование на протяжении этого столетия, по крайней мере, одной традиции экономической мысли, в которой никогда не допускалось появление подобных недостатков. В то время как англо-американская традиция, вышедшая из неоклассической теории цены, осталась замороженной в систему равновесия, авторы, ведущие свое происхождение от австрийской школы, последовательно продвигались по пути, на котором рыночному процессу и предпринимательству уделялось должное внимание. Эту книгу можно считать критикой современной теории цены с позиции австрийской школы, или как эссе по теории предпринимательства или теории конкуренции. В сущности, ее цель состоит в том, чтобы показать совпадение этих двух точек зрения. Помимо подробного рассмотрения предпринимательства, книга предлагает новый подход к конкуренции качества, стимулированию покупок и основным недостаткам современной экономической теории благосостояния.

Я с благодарностью вспоминаю полезное обсуждение и переписку с Дж. Бьюкененом, Р. Коузом, Д. Дьюи, Л. Лахманом, Г. Демсецом, Дж. Таллоком и Э. Забаркесом. Прежде всего всем своим пониманием рыночного процесса я обязан почти двум десятилетиям учебы у Л. Мизеса. Его идеи, которые он развивал всю свою жизнь, только сейчас начинают оцениваться по достоинству. Я выражаю глубокую признательность за бескорыстную помощь, оказанную New York University Schools of Business Research Office и Relm Foundation. Разумеется, ответственность за любые недостатки, встреченные в этой книге, полностью ложится на меня.

Глава I Рыночный процесс против рыночного равновесия

В книге делается попытка разработать теорию рынка и цены, значительно отличающуюся от ортодоксальной теории цены. В этой вводной главе сделан краткий обзор проблем, которые будут обсуждаться, и кратко изложены основные черты моего подхода, отличающие его от стандартного подхода к микроэкономической теории. Мы увидим, что самое важное из этих отличий выражается в неудовлетворенности обычным акцентированием внимания на *анализе равновесия* и в попытке заменить его более полным пониманием функционирования рынка как *процесса*. Таким образом, большая часть этой главы будет посвящена этой теме.

Рыночная система и теория рынка

Теория рынка, более известная под менее удачным названием теории цены, или микроэкономической теории, основывается на том представлении, что рыночные явления могут быть «поняты» как проявление систематических взаимоотношений. Наблюдаемые явления рынка – цены, по которым обмениваются товары, виды и характеристики произведенных товаров, меновые отношения, применяемые методы производства, цены на факторы производства, структура различных рынков и т. п. – рассматриваются не как нагромождение изолированных, неподдающихся упрощению сведений, но как последствия определенных процессов, которые, в принципе, могут быть выделены и поняты.

Это основополагающее понимание было взято на вооружение многими теоретиками, которые на протяжении многих десятилетий выстраивали здание теории цены. Они исследовали отношения взаимной зависимости рыночных явлений, развивая теории потребительского спроса, производства и рыночных цен на товары и факторы производства, указывающие на причинно-следственные связи, которые связывают первичную рыночную информацию – совокупность вкусов, технологические возможности и наличие ресурсов – с наблюдаемыми явлениями рыночной системы.

В результате интенсивной многолетней интеллектуальной деятельности появилось внушительное сооружение, являющее собой общепризнанную совокупность теоретического знания – теорию цены. Эта теория, в том виде, в котором она представлена в учебниках и преподается в аудиториях, является хорошо обоснованной. В истории теории цены имела место оживленная, иногда ожесточенная, полемика, а бывали и настоящие «революции», приводившие к радикальным изменениям всей теории. Здесь все еще продолжается бурная деятельность, а определенные ее части подвергаются творческой разработке. Здесь постоянно выражается неудовлетворенность отдельными частями теории. И прежде, и ныне, и, возможно, всегда будет звучать острая критика в адрес всего подхода, принятого в теории цены, ее предпосылок, методов, уместности и обоснованности ее выводов. Но при всем этом «ортодоксальная» теория цены в общепринятом изложении является менее спорной и волнующей умы, чем остальные части экономической теории.

Господствующая в англо-американской теории цены «ортодоксия» имеет четко прослеживаемые корни в ранних школах экономической мысли различных направлений. Большая ее часть по происхождению является явно маршаллианской, видоизмененной нововведениями Робинсон – Чемберлина, возможно, обогащенной где-то вливанием идей вальрасовского общего равновесия, а где-то поглощением представлений об издержках австрийской школы. Используя изысканные геометрические методики, теория цены стала во всех отношениях более изощренной, а в связи с возросшей зависимостью от математики как языка – и более точной. Теоретики современной теории цены будут утверждать, и не без основания, что почти все, что было ценного в каждом из противоборствующих взглядов, в полемике прошлого, нашло отражение в современной теории цены.

Занимаемая мною позиция в некоторых существенных отношениях расходится с этим общепринятым взглядом на современную теорию цены. Я буду утверждать, что направление главного течения микроэкономической мысли по некоторым причинам должно быть признано неудачным; что некоторые менее утонченные суждения участников ранних дискуссий, суждения, *не* нашедшие своего места в современной теории, отразили более проникательное и плодотворное понимание работы рынка, чем входящие в современную теорию. Я буду утверждать, что доминирующая теория не только страдает от серьезных недостатков как средство экономического объяснения, но и как следствие привела к абсолютно ошибочным выводам для экономической политики. Наша позиция потребует пересмотра очень существенных частей теории

цены, и я попытаюсь определить направления, в которых могла бы развиваться преобразованная теория рынка.

Как увидит читатель, многое из того, что мною будет сказано, было уже где-то и кем-то сказано. Позиция, излагаемая в этом эссе, в своей основе не претендует на оригинальность, но, по всей видимости, уже возникла необходимость в систематическом изложении того, что я считаю более полезным подходом к пониманию функционирования рынка, и в тщательном, по пунктам, сопоставлении этого подхода с соответствующими частями доминирующей современной теории цены.

Задача теории цены: два подхода

Ключевую проблему, отделяющую доминирующую теорию цены от предлагаемого нами подхода, лучше всего, наверное, можно определить как противоречия относительно того, что следует ожидать от теории цены. В свою очередь, это приводит к тому, что они акцентируют различные аспекты рынка. Таким образом, я буду утверждать, что доминирующая теория, придавая особое значение одним свойствам рынка и игнорируя другие, создала мысленную картину рынка, которой не хватает ряда компонентов, особенно важных для исчерпывающего понимания его функционирования.

В обычной интерпретации теории цены функция цены понимается следующим образом. В рыночной системе деятельность участников рынка заключается в выборе количества и качества покупаемых и продаваемых товаров и производственных ресурсов и цен, по которым эти сделки будут осуществлены. Только определенные значения переменных количества и цены совместимы с равновесием в системе цен. Другими словами, если исходные данные (вкусы, технологические возможности и наличие ресурсов) определены, то существует лишь один путь спланированных действий, который позволит всем им реализоваться в соответствии с планом. Считается, что теория цены объясняет процесс определения этого единственного способа действий, в принципе, позволяющего задавать конкретные значения для переменных цены и количества. Теория цены решает эту задачу, анализируя, как принимаются решения различными участниками рынка – потребителями, производителями и владельцами факторов производства – и исследуя соотношения между этими решениями при различных возможных типах рыночной структуры. Таким образом, в принципе, можно вывести конфигурации цен и количеств, согласующихся со всеми этими решениями. (Если пойти дальше, то эта теория действительно могла бы попытаться понять не только равновесные модели цен и количеств, но также и траектории цен и количеств во времени. На этом уровне анализа задачей теории будет раскрытие функциональных взаимосвязей не только между ценами и количествами, существующими в самый момент равновесия, но и между каждой из этих переменных в любое мгновение процесса установления равновесия.)

Необходимо отметить, что эта функция теории цены недвусмысленно подчинена функции анализа равновесия. На самом деле, в большинстве трактовок современной микроэкономики эта функция совершенно отсутствует. Там же, где она все-таки серьезно исследуется, ее главной целью полагается исследование устойчивости равновесия.)

При такой интерпретации задачи теории цены в центре внимания оказываются *значения переменных цены и количества* и, в частности, совокупность значений, согласующихся с условиями *равновесия*. Исследуя последствия конкретной рыночной структуры, этот подход изучает объединенную модель равновесных цен, издержек и объемов производства. Исследуя последствия конкретного изменения вкусов или технологии и т. д. данный подход изучает условия равновесия после изменения, сравнивая их с условиями, существовавшими до изменения. Сама эффективность рыночной системы как механизма распределения ресурсов общества оценивается путем изучения распределения ресурсов в точке равновесия. При изучении желательности определенной политики государственного регулирования этот подход оценивает влияние, которое эти изменения окажут на ситуацию равновесия. При этом в центре внимания находятся *цены и количества* и, в частности, цены и количества, соответствующие условиям *равновесия*.

В отличие от этого подход к теории цены, лежащий в основе этой книги, видит свою задачу совсем в другом. Разумеется, рынок также рассматривается как совокупность действий участников рынка – потребителей, производителей и собственников факторов производства. Их деятельность является результатом решений производить, покупать и продавать товары

и ресурсы. И точно так же существует модель решений, согласованных друг с другом таким образом, чтобы все спланированные действия могли быть осуществлены без неприятностей. Более того, считается, что эта модель решений представляет особый интерес, так как представляет собой состояние равновесия. *Но в центре внимания находится не ситуация равновесия.* Основной задачей теории цены считается не интерес к соотношению цен и количеств, удовлетворяющих условиям равновесия. Понимание, приобретаемое в результате знакомства с теорией цены, не рассматривается как главным образом или даже исключительно заключающееся в интерпретации требований к равновесию или способности сформулировать и решить словами или с помощью алгебраических выкладок уравнения, которые для выполнения всех планов должны быть решены одновременно. Более того, для этого подхода именно значения переменных цены и количества как таковые никогда не представляют теоретического интереса. Как раз соотношение равновесных цен и количеств или изменение во времени неравновесных цен и количеств не представляют собой *истинные значения* теории цены.

Скорее, обращаясь к теории цены, – в рамках подхода к теории цены, лежащего в основе этой книги, – мы ищем понимания того, каким образом в результате взаимодействия решений индивидуальных участников рынка пробуждаются рыночные силы, заставляющие *изменяться* цены, объем производства, а также методы производства и распределения ресурсов. Мы обращаемся к теории цены, намереваясь прояснить природу взаимного влияния решений друг на друга и, таким образом, понять, как изменения в этих решениях или данных, лежащих в основе этих решений, методично вызывают дальнейшие изменения где-нибудь в другом месте рынка. Объектом нашего научного интереса являются сами эти изменения, а не отношения, управляющие ценами и количествами в состоянии равновесия (за исключением второстепенного, промежуточного или даже случайного интереса).

Далее, с нормативной точки зрения подход к теории цены, принятый нами, рассматривает свое назначение таким образом, что оно не имеет никакого существенного отношения к состоянию дел в точке равновесия. Эффективность системы цен при таком подходе не зависит от оптимальности (или ее отсутствия) модели распределения ресурсов в точке равновесия. Скорее, она зависит от степени успеха, с которым рыночным силам можно доверить порождать самопроизвольные коррекции в моделях распределения ресурсов, существующих в периоды нарушения равновесия.

Как мы обнаружим, такое различие в понимании задачи и цели теории цены имеет далеко идущие последствия для методов и содержания альтернативных подходов. Однако моя позиция по этому вопросу заключается не в том, что эти противоречащие друг другу точки зрения на функцию теории цены непосредственно послужили (для любого из подходов) логическим отправным пунктом и фундаментом для построения альтернативных теорий. Скорее наоборот, после изучения альтернативных теорий я предполагаю, что различие между ними лучше всего можно объяснить как следствие приписывания (возможно бессознательного) этим теориям различных функций и ролей. Вполне вероятно, что многие авторы и не пытались явно определить цели, для которых должна быть создана теория цены. Тем не менее те многие важные различия в анализе, которые отличают доминирующий подход от излагаемого в этой книге, наиболее точно можно суммировать как отражение разногласий (возможно, лишь потенциальных) относительно цели теории цены вообще. Поэтому, вынося на обсуждение основные проблемы, по которым в этом эссе выражаются раскольнические взгляды, полезно будет, как я это и сделал, подчеркнуть тот аспект нашего подхода к теории цены, который, как представляется, наиболее сильно отличает его от альтернативной ортодоксии. Теперь, с учетом этих основных соображений относительно назначения теории цены, давайте сделаем обзор наиболее важных теоретических вопросов, которыми мы займемся в последующих главах. Ниже мы продолжим сопоставление теории равновесных цен и теории рыночного процесса.

Конкуренция и предпринимательство

Большая часть нашего обсуждения будет вращаться вокруг двух понятий, крайне важных для понимания рынка и являющихся центральными в его теории – *конкуренция* и *предпринимательство*. Оба термина широко употребляются большинством людей в повседневных разговорах, касающихся экономики и бизнеса. За время существования экономической теории об этих понятиях было написано очень много и первое из них стало темой огромного количества книг. В современной трактовке теории цены предпринимательство обсуждается в связи с теорией распределения доходов (особенно с теорией прибыли) и, в какой-то мере, в связи с теорией производства и теорией фирмы. Я буду настаивать на том, что несмотря на ряд весьма глубоких работ подлинная роль предпринимателя в рыночной системе не представлена в правильном ракурсе или с надлежащим признанием его в качестве движущей силы всего рыночного процесса. Далее, я буду утверждать, что роль предпринимателя в отношении конкуренции фактически игнорировалась.

Конкуренция, как уверяют нас многие авторы, является термином, использующимся в бесчисленном количестве значений. Экономисты разработали множество разнообразных моделей, каждая из которых была маркирована той или иной этикеткой конкуренции. Однако для большей части современной теории цены главной остается модель совершенной конкуренции. Несмотря на всю критику, обрушившуюся на эту модель в течение последних сорока лет, она занимает центральное место на арене как позитивных, так и нормативных дискуссий. Неудовлетворенность теорией совершенной конкуренции породила новые модели, рассматривающие различные рыночные структуры с несовершенной конкуренцией, но это не помогло вытеснить модель совершенной конкуренции с пьедестала первенства. Значительную часть обсуждения в этой работе необходимо будет уделить всем этим моделям. Моя позиция будет заключаться не только в том, что модель совершенной конкуренции не способна помочь нам понять рыночный процесс, но и в том, что модели несовершенной конкуренции, разработанные для ее замены, еще менее полезны. Я буду настаивать на том, что теоретикам, разработавшим эти модели рынков с несовершенной конкуренцией, не удалось осознать действительно важные недостатки теории совершенной конкуренции. В итоге они оказались неспособны определить направление, в котором должна осуществляться подлинная реабилитация теории цены, вместо создания моделей, страдающих от тех же самых изъянов, которые делают несостоятельной модель совершенной конкуренции. Как отмечалось выше, общим для всех тех моделей конкуренции, против которых я возражаю, является исключение ими из анализа предпринимательского элемента. Мы убедимся, что правильное понимание рыночного процесса требует такого представления о конкуренции, которое аналитически неотделимо от проявления предпринимательства. Это окажет сильное влияние на анализ таких проблем, как *торговые издержки, реклама и монополия*. Понятие конкуренции, которое, как мы увидим, необходимо для понимания рыночного процесса, заставит нас по-новому взглянуть на торговые издержки и оценку их роли в рыночной экономике. В то же время наши представления о конкуренции и предпринимательстве приведут нас к совершенно неортодоксальному взгляду на природу монополии на рынке. Тот факт, что предпринимательство может оказаться шагом к монопольной власти, потребует новой оценки как якобы пагубного воздействия монополии, так и считающегося благоприятным влияния предпринимательства. Теперь будет полезно обозначить контуры рыночного процесса, включающие наши воззрения на конкуренцию и предпринимательство, вкратце сопоставив его с доминирующей концепцией рынка. Этот набросок даст нам общее представление о позиции, которая детально будет изложена на протяжении последующих глав.

Рыночный процесс

Рынок в течение любого периода времени состоит из взаимодействующих решений потребителей, предпринимателей-производителей и собственников ресурсов. Не все решения могут быть реализованы в данный период, так как многие из них могут ошибочно прогнозировать принятие других решений, которые в действительности не были приняты, и зависеть от них. С другой стороны, многие решения, будучи успешно доведенными до конца в данный период, могут оказаться не самыми лучшими из возможных линий поведения. Если бы принимающие решения субъекты были осведомлены о том, какой выбор был сделан другими в течение этого периода, то обнаружили бы возможности для более выгодного направления рыночных действий, чем принятые ими в действительности. Короче говоря, неосведомленность о решениях, которые готовы принять другие, может привести принимающих решения субъектов к составлению неудачных планов либо обречь на провал, не дает использовать существующие рыночные возможности.

В течение данного отрезка времени столкновение с решениями других участников сообщает некоторую информацию, которой поначалу не доставало принимающим решения субъектам. Если они обнаружат, что их планы невыполнимы, то это говорит о том, что их ожидания относительно решений других были слишком оптимистичны. Или они могут узнать, что неоправданный пессимизм заставил их отказаться от привлекательных рыночных возможностей. Можно ожидать, что вновь приобретенная информация, касающаяся планов других, породит в следующем периоде *скорректированный набор решений*. Сверхчестолюбивые планы одного периода будут заменены на более реалистичные, а незамеченные в какой-то период рыночные возможности будут использованы в следующем. Другими словами, даже без изменений начальных условий рынка (т. е. вкусов потребителей, технологических возможностей и наличия ресурсов) решения, принятые в один период времени, порождают систематические изменения соответствующих решений в последующие периоды. Взятый во времени, этот ряд систематических изменений во взаимосвязанной сети рыночных решений составляет рыночный процесс.

В таком случае рыночный процесс приводится в движение в результате первоначальной рыночной неосведомленности его участников. Сам процесс состоит из систематических изменений планов, порождаемых потоком рыночной информации, исходящей от участников рынка, т. е. испытанием планов на рынке. Значительный теоретический интерес представляет исследование возможности такого положения дел, при котором *не* будет присутствовать рыночная неосведомленность. В этом случае мы получим модель безусловно согласованных решений. Ни одно принятое решение не может быть не выполнено и ни одна возможность не может быть упущена. Каждый участник рынка будет иметь правильный прогноз всех касающихся его решений других участников; он будет разрабатывать свои планы в условиях полной осведомленности о том, что он не может сделать на рынке, и в то же время с полным осознанием того, что он *может* достичь. Ясно, что в этом случае рыночный *процесс* должен сразу же прекратиться. Пока не произойдет изменения вкусов, технологических возможностей или наличия ресурсов, никто не может быть заинтересован в изменении своих планов на последующие периоды. Рынок находится в равновесии; модель рыночной деятельности будет оставаться неизменной период за периодом.

Как указывалось выше, главной целью нашего анализа будет прежде всего понимание рыночного процесса, а не установление условий, необходимых для равновесия, – ситуации, в которой рыночный процесс прекращается. Теперь позвольте мне привлечь внимание к конкурентному характеру рыночного процесса.

Конкуренция в рыночном процессе

Мы сказали, что рынок в любой период времени состоит из решений участников рынка. Эти решения включают в себя соответствующие решения других участников рынка. Решения потребителя купить зависит от решений предпринимателей-производителей продать. Решения собственников ресурсов продать зависят от решений предпринимателей-производителей купить, и наоборот. Каждая пара совпавших решений (каждая совершенная рыночная сделка) является случаем, когда каждой стороне предлагается такая возможность, которая, по его сведениям, является наилучшей из предлагаемых на рынке. Каждый участник рынка, таким образом, сознает, что он может надеяться осуществить свои планы только в том случае, если эти планы действительно предлагают другим наилучшую из имеющихся возможностей, насколько им это известно. Проще говоря, каждый участник рынка при составлении планов покупки или продажи должен принимать во внимание не только ожидаемые решения тех, кому он намеревается продать или у кого купить, но также и тех, чьи решения продать или купить могут конкурировать с его собственными.

И по мере развертывания рыночного процесса, в ходе которого один период рыночной неосведомленности сменяется другим, в котором неосведомленность несколько уменьшилась, каждый покупатель или продавец пересматривает свои предложения купить и продать в свете только что полученной им информации об альтернативных возможностях, которые те, кому он хотел бы продать или у кого хотел бы купить, могут ожидать встретить где-либо еще на рынке. В этом смысле рыночный процесс по своей природе является *конкурентным*. Систематическое изменение в решениях между любыми двумя последовательными периодами делает каждую возможность, предлагаемую на рынке, более конкурентной в последующем периоде по сравнению с предшествующим, т. е. она предлагается с более полной осведомленностью о других возможностях, которые были предложены и с которыми необходимо конкурировать.

Мы должны отметить, что осведомленность о конкурирующих возможностях подразумевает нечто большее, нежели то, что принимающий решения субъект знает о том, что решение не может быть осуществлено, если оно предоставляет для рынка менее привлекательные возможности, чем предложенные его конкурентами. Это также подразумевает, что он знает о том, что должен предложить возможности *более* привлекательные, чем его конкуренты. Тем самым по ходу рыночного процесса участники постоянно испытывают своих конкурентов, с каждым шагом вперед предлагая возможности, чуть более привлекательные, чем их. Его конкуренты, в свою очередь, как только им становится известно, с чем *они* конкурируют, вынуждены еще более подсластить возможности, предлагаемые ими рынку, и т. д. В этой борьбе за опережение своих конкурентов (но в то же время избегая создания возможностей, более привлекательных, чем необходимо) участники рынка тем самым вынуждаются самим конкурентным рыночным процессом приближаться к границам своей способности прибыльно присутствовать на рынке. Конкуренция среди потребителей за определенный товар может, например, привести к повышению его цены. Каждый потребитель старается не потреблять сверх уровня, при котором предельная покупка лишь стоит того. По ходу этого процесса менее жаждущие потребители предельных единиц первыми выбывают из гонки. Конкуренция среди собственников какого-либо ресурса может привести к снижению цены. Те собственники, для которых его продажа требует больших жертв, будут выбывать из гонки по мере того, как падающая цена будет делать оправданной продажу все меньшего и меньшего количества единиц этого ресурса.

Если бы этот конкурентный процесс дошел до своего конца – или, другими словами, если бы все решения стали полностью согласованными, – то каждый участник уже не был бы вынужден улучшать возможности, которые он в данный момент предлагает рынку, так как никто не делал бы более привлекательных предложений. Таким образом, имея полностью согласован-

ные решения, участники могут постоянно, период за периодом, предлагать похожие возможности остальному рынку. В таких обстоятельствах никому нет необходимости быть немного впереди своих конкурентов (в плане привлекательности предлагаемых возможностей), так как все текущие планы могут быть реализованы без неприятностей. В состоянии рыночного равновесия конкуренция перестает быть активной силой. Прекращение рыночного процесса, которое, как мы уже видели, характерно для равновесного состояния, будет прекращением *конкурентного* процесса. Именно опираясь на это представление о конкуренции, где она неотделима от рыночного процесса как такового, ниже я буду критиковать полезность понятий, ограничивающих конкуренцию положением, при котором рыночный процесс остановлен, – состоянием равновесия. Далее позвольте мне пояснить ключевую роль предпринимателя в рыночном процессе.

Предприниматель в рыночном процессе

Крайне важным для описанного мной представления о рыночном процессе является получение рыночной информации посредством опыта работы на рынке. Модель систематических поправок в рыночных планах, представляющая собой рыночный процесс, возникает, как мы видели, вследствие обнаружения участниками рынка того, что их ожидания были слишком оптимистичны или чрезмерно пессимистичны. Можно показать, что наша уверенность в способности рынка усвоить и обуздать непрерывный поток рыночной информации с целью генерирования рыночного процесса зависит, главным образом, от нашей веры в благодатное присутствие предпринимательского элемента.

Давайте представим себе рынок, где все действующие участники *неспособны* извлекать уроки из своего рыночного опыта. Потенциальные покупатели, возвратившиеся домой с пустыми руками (так как не предложили достаточно высокую цену), *не* узнали, что необходимо предлагать более выгодные условия по сравнению с другими покупателями; потенциальные продавцы возвращаются домой с непроданным товаром или ресурсами (так как запрашивали слишком высокую цену), *не* узнали, что они, если хотят продать, должны удовлетвориться более низкими ценами. Покупатели, заплатившие высокую цену, не понимают, что могли бы приобрести тот же товар за меньшую цену; продавцы, сбывшие товар по низким ценам, не понимают, что могли бы реализовать его по более высокой цене. Теперь давайте введем в этот выдуманный мир, состоящий из людей, которые неспособны учиться на своем рыночном опыте, группу людей, не являющихся ни потенциальными продавцами, ни потенциальными покупателями, но *способных* осознать возможности предпринимательского дохода; т. е. они способны выяснить, где товар может быть продан по более высокой цене, чем та, за которую он может быть куплен. В нашем воображаемом мире эта группа предпринимателей смогла бы сразу заметить выгодные возможности, *существующие вследствие исходной неосведомленности участников рынка* и сохраняющиеся вследствие неспособности людей учиться на собственном опыте. Предприниматели стали бы покупать по низкой цене у тех продавцов, которые не обнаружили, что некоторые покупатели дают большую цену. А затем стали бы продавать эти товары по высокой цене тем покупателям, которые не обнаружили, что некоторые продавцы продавали по низкой цене.

Легко понять, что, пока эта группа предпринимателей действует на рынке и пока они бдительны к меняющимся вследствие их же деятельности ценам, рыночный процесс будет идти в нормальном русле. Эти предприниматели будут сообщать другим участникам рынка рыночную информацию, которую последние сами не способны приобрести. Конкуренция между предпринимателями заставит их делать продавцам с низкой ценой предложения о покупке по ценам, более высоким, чем эти продавцы считали возможным запрашивать. Предприниматели, конкурируя друг с другом, также будут продавать покупателям, дающим высокую цену, по ценам, более низким, чем эти покупатели считали возможным предлагать. Постепенно конкуренция и между предпринимателями-покупателями, и между предпринимателями-продавцами сумеет довести до участников рынка правильную оценку намерений других участников относительно купли-продажи. Цены будут меняться точно так же, как они менялись бы в мире покупателей и продавцов, способных учиться на своем рыночном опыте.

Естественно, нам *необязательно* при построении аналитической модели действующего рынка постулировать такое резкое разграничение ролей. Вместо двух групп участников рынка, одна из которых не извлекает уроков из опыта, а другая (предпринимательская) их извлекает, мы можем считать, что все участники рынка *проявляют* бдительность по отношению к меняющимся торговым возможностям. *Процесс* все так же остается по своей сути предприниматель-

ским, но вместо рассмотрения группы «чистых» предпринимателей мы можем просто признать предпринимательский аспект в деятельности каждого участника рынка.

Результат всегда будет одним и тем же: конкурентный рыночный процесс является по своей сути предпринимательским. Модель решений любого периода отличается от модели предыдущего периода, поскольку участники рынка узнают о новых возможностях. По мере того как они используют эти возможности, конкуренция между ними толкает цены в направлении постепенного уменьшения возможностей дальнейшего получения прибыли. Предпринимательский элемент в экономическом поведении участников рынка заключается, как мы подробнее узнаем ниже, в их бдительности к ранее незамеченным изменениям в обстоятельствах, которые могут позволить получить намного больше в обмен на все, что бы они ни предложили, чем было возможно до сих пор.

Наше понимание сути конкурентного характера рыночного процесса и его предпринимательского характера учит тому, что эти два понятия – предпринимательство и конкуренция – по крайней мере в том смысле, как они понимаются нами, аналитически неразделимы. (И вне зависимости от того, *какой* термин используется, эти два понятия всегда *должны* признаваться и пониматься как две стороны одной и той же медали.) Ключевым пунктом является тот факт, что *чистое* предпринимательство реализуется только при условии *отсутствия* с самого начала собственных активов. Остальные рыночные роли неизменно включают поиск наиболее благоприятных возможностей обмена изначально имеющихся активов на что-либо, более желанное. «Чистый» предприниматель находит возможность продать что-то по более высокой цене, чем он может это приобрести. Из этого следует, что *любой человек* является потенциальным предпринимателем, так как чисто предпринимательская роль не предполагает такой удачи, как наличие ценных активов. Таким образом, тогда как участие на рынке собственников активов всегда *в какой-то мере* защищено (специфическим характером располагаемых активов), рыночная деятельность предпринимателя *никогда* никаким образом не защищена. Возможность, предлагаемая на рынке собственником активов, не может быть свободно воспроизведена или превзойдена кем угодно; ее может воспроизвести лишь собственник таких же активов. В мире, где не может быть совершенно одинаковых активов, не может быть точно воспроизведена возможность, предлагаемая владельцем активов. Но если предприниматель видит, как получить прибыль, предлагая купить по цене, привлекательной для продавца, и продать по цене, привлекательной для покупателя, то предлагаемые им рынку возможности, в принципе, могут быть доступными для всех. Предпринимательская деятельность по своей сути конкурентна. И таким образом, конкуренция внутренне присуща природе предпринимательского рыночного процесса. Или, если сказать иначе, предпринимательство присуще конкурентному рыночному процессу.

Производитель и рыночный процесс

Соображения, изложенные выше, носили весьма общий характер. Они применимы как к миру, в котором вообще невозможно производство, – чистой меновой экономике, так и к миру, где природное сырье и труд превращаются посредством производства в потребительские товары (как в экономике, использующей средства производства, так и в гипотетическом мире, их не использующем). Это пригодится, особенно при дальнейшем обсуждении монополии и торговых издержек, для того, чтобы более подробно объяснить, как рыночный процесс функционирует в мире с производством.

Производство подразумевает превращение ресурсов в товары. Следовательно, рынок в мире с производством наиболее упрощенно можно представить в виде некой сети решений, где собственники ресурсов планируют продать их производителям, производители планируют купить ресурсы у собственников ресурсов с тем, чтобы продать их (в виде произведенных товаров) потребителям, а потребители планируют купить товары у производителей. Получается, что для производителя нет необходимости изначально быть собственником активов. Он просто может быть предпринимателем, который видит возможность купить ресурсы с меньшими затратами, чем доход, который он может получить от продажи конечной продукции. Даже в том случае, когда производитель является собственником ресурсов, его следует считать предпринимателем в отношении других ресурсов, необходимых ему для производства. Его удобно рассматривать и как предпринимателя даже в отношении к собственным ресурсам (в том смысле, что, используя их в собственном производственном процессе вместо продажи по рыночной цене другим производителям, он «покупает» их по вмененной цене).

Для такого представления рынка в обществе с производством будет уместно одно интересное наблюдение. В предыдущем параграфе было отмечено, что рыночный процесс является по своей природе предпринимательским и что он может развиваться или на основе предпринимательского элемента, присутствующего в деятельности всех участников рынка, или на основе гипотетической группы предпринимателей, действующей на рынке, где другие участники не реагируют на новые возможности и лишь пассивно отзываются на изменяющиеся возможности, предлагаемые непосредственно им. Оказывается, в мире с производством имеется встроенная в него группа предпринимателей-производителей. Мы только что убедились, что производство подразумевает необходимо предпринимательский тип рыночной деятельности. Так что становится в высшей степени удобно рассматривать рынок в мире с производством *как если бы вся предпринимательская деятельность фактически осуществлялась бы производителями*. Другими словами, становится удобным рассматривать собственников ресурсов и потребителей как пассивных ценополучателей [price-takers], не использующих собственных предпринимательских оценок, а просто пассивно отзывающихся на предложения купить и продать, которые производители-предприниматели делают непосредственно им. Конечно, это всего лишь аналитическая условность, но она значительно упростит обсуждение и поможет обнажить внутреннюю работу рынка в сложном мире с производством.

Таким образом, производитель – это человек, осознающий существующие на рынке возможности извлечения прибыли, заключающиеся в наличии продавцов, которые просят меньше, чем покупатели хотят заплатить где-либо еще на рынке. Разумеется, в контексте производства все, что можно купить, является ресурсами, а все, что можно продать, – продуктами. Но для предпринимателя выгодная возможность – это все та же возможность арбитража. (Длительность производственного процесса, если не вводить неопределенности неизвестного будущего, не меняет его предпринимательского аспекта.)

Разыскивая эти возможности и используя их, производитель тем самым выполняет в рыночном процессе роль предпринимателя. В ходе этого процесса планы потребителей и соб-

ственников ресурсов постепенно приводятся во все большее соответствие друг с другом. Первоначальная неосведомленность потребителей о видах товаров, технологически возможных при имеющихся в данный момент в наличии ресурсах, и об относительных ценах, по которым эти товары могут быть, в принципе, произведены, постепенно уменьшается. Постепенно уменьшается также первоначальная неосведомленность собственников ресурсов о видах товаров, которые купят потребители, и об относительных ценах, которые, в принципе, можно получить за эти товары. Новое знание приобретается через изменения в ценах на ресурсы и продукты, вызванных предложениями купить и продать со стороны предпринимателей-производителей, энергично конкурирующих за прибыль, которую можно получить, обнаружив, где собственники ресурсов и потребители недооценили стремление друг друга купить или продать. Этот процесс приведения планов участников рынка в соответствие друг с другом, как мы уже убедились, является конкурентным. Ни один производитель в роли предпринимателя не может игнорировать то, что выгодная возможность может быть использована другим предпринимателем. Ведь предпринимателю не требуется наличия активов для того, чтобы получать прибыль на рынке. Производителю не нужно владеть ресурсами, чтобы заняться производством. Он всего лишь должен знать, где купить ресурсы по цене, которая оправдывает производство, и продать продукт по приемлемой цене. А поскольку каждый может, по крайней мере в принципе, быть производителем (так как никаких особых природных или других дарований не нужно), рыночный процесс, движущий силой которого является деятельность производителей, является конкурентным. Тогда возникает вопрос: что имеют в виду экономисты, говоря о «монополистических рынках»? И, в частности, что должно пониматься под термином «монополистический производитель»? Разве мы не убедились, что производители являются предпринимателями, которые *никогда* не гарантированы от воздействия конкуренции.

Монополия и рыночный процесс

Возможно, главная цель этой книги состоит в том, чтобы предложить удовлетворительный ответ на только что поставленные вопросы, одновременно придерживаясь схемы обсуждения, выдвинувшей эти вопросы на первый план. В рамках этой схемы рыночный процесс определяется прежде всего как *конкурентный* (в том смысле, что он состоит из последовательных попыток стремящихся к прибыли предпринимателей опередить друг друга, предлагая рынку привлекательные возможности купить и продать). Далее, мы подчеркнули предпринимательскую роль, исполняемую *производителями*, производственные усилия которых оказались аналогичны конкурентной деятельности предпринимателей в целом. Будучи предпринимателями, производители участвуют в том самом конкурентно-предпринимательском процессе, который является сердцем самого рыночного процесса.

Конкурентный процесс продолжается благодаря вовлеченности участников в бесконечную гонку за опережение или удержание первенства (где, как всегда, «опережение» означает «предложение самой привлекательной возможности другим участникам рынка»). Понятно, что любые обстоятельства, делающие участника рынка свободным от необходимости быть впереди, не только повредят конкуренции, но и будут препятствовать рыночному процессу. Но мы видели (и именно в этом состояла очевидная причина затруднений), что предпринимательство *никогда* не может быть защищено от конкурентного давления. Таким образом, *кажется*, что на рынке конкуренция не может отсутствовать, а отсутствие конкуренции не может препятствовать рыночному процессу. Существует ли возможность отсутствия конкуренции? Разве не существует возможности для монополии?

Ответ должен быть следующим: в том смысле, в котором мы используем термин «конкуренция» (который, хотя и резко отличается от терминологии доминирующей теории цены, тем не менее полностью соответствует повседневному использованию в деловом мире), рыночный процесс, действительно, всегда конкурентен до тех пор, пока на рынке существует свобода купить и продать. Тем не менее в пределах разработанной нами схемы анализа остается определенное место для монополии. Предпринимательство неизбежно доступно всем, желающим работать на рынке; следовательно, производство, подразумевающее приобретение ресурсов и продажу продуктов, неизбежно конкурентно. Но *владение ресурсами* может носить монополистический характер, и то, что ресурс находится в собственности монополиста, может иметь для хода производства существенное значение. Именно в результате ресурсной монополии возникают те важные явления, которые на языке простых людей, экономистов и антитрестовских юристов называются «монополистическим производством». Наша позиция будет заключаться в отстаивании крайне важного различия между возможностью монопольного производителя в качестве производителя (что в нашей терминологии исключается почти по определению) и возможностью монопольного производителя в качестве собственника ресурсов (что вполне реально и существенно).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.