

4. Многоуровневая конкуренция: диагностика проблемы

В теории конкуренции весьма распространены и играют решающую роль типичные ситуации, характерные для того или иного количества участников-продавцов. Эти типичные ситуации получили в экономике собственные названия, которые по мере усиления конкурентной борьбы могут быть названы так: монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, чистая конкуренция и совершенная конкуренция.

Монополия - это такое состояние рынка, когда на нём действует только один производитель. Олигополия - это такое состояние рынка, когда на нём действует небольшое количество участников, но не более десятка. Монополистическая конкуренция представляет собой такую структуру рынка, когда на нём действует очень много участников, но при этом каждый из них обладает некоторым незначительным конкурентным преимуществом - например, небольшой магазин продовольственных товаров, расположенный в жилом доме, имеет конкурентное преимущество географического характера и поэтому в нём цены будут несколько выше, чем в крупном магазине, расположенном в километре от этого дома. Чистая конкуренция подразумевает, что у конкурентов нет даже этого маленького преимущества друг перед другом. В теории конкуренции считается, что это – рынок, к которому нужно стремиться.

Рассмотрим более подробно свойства и характеристики такого типа рынка, который называется «совершенная конкуренция» через проблему разумного сочетания абстрактного и идеализированного.

В основе любого научного исследования лежит некоторое мысленное представление объекта исследования. Это представление, по сути, является моделью объекта и может быть представлено, как известно, в словесной, графической, математической и аналоговой формах. Также вполне очевидно, что любая модель представляет собой результат процесса абстрагирования –

выявления у объекта моделирования наиболее важных, сущностных свойств и игнорирования всех остальных свойств, которые в рамках данного научного исследования считаются несущественными и, более того, несуществующими.

Без абстрагирования нет и не может быть научного исследования, поскольку одновременно учесть все свойства и характеристики объекта исследования можно только в том случае, когда этот объект является примитивным. В экономике не существует примитивных объектов исследования. Каждый из них является сложным объектом, имеющим с другими объектами множество причинно-следственных связей, существенная часть которых зачастую даже неизвестна исследователю. Без абстрагирования в таких условиях познание невозможно.

Однако в отдельных случаях даже абстрагирование не позволяет учёному построить удовлетворительную модель объекта, с помощью которой можно было бы изучить сам объект. В таком случае наука прибегает к методу идеализации – приданию у модели объекта исследования таких свойств, которые этому объекту вовсе не присущи. Наличие таких новых свойств позволяет учёным оперировать с этой моделью и, изучая разные аспекты её поведения, делать вывод по аналогии о том, что же собой представляет реальный объект и как он может себя повести в том или ином случае. Идеальный газ, идеальная жидкость, абсолютно твёрдое тело и т.п. – идеализированные объекты, не существующие в природе и наделяемые свойствами, которых в реальности нет, но которые позволяют построить математическую модель объекта, а впоследствии, путём добавления в модель действительно существующих свойств реального объекта, трансформировать идеализированную модель в абстрагированную. Важно, чтобы свойства идеализированных моделей не противоречили реальности, а сводили её к простому, легко описываемому объекту, который пусть и не существует в действительности, но похож на реальность. Наряду с идеализированными свойствами у такого мысленного объекта должны быть свойства

фактические. Более того, они должны в модели идеализированного объекта превалировать.

Экономическая теория изобилует идеализированными объектами, одним из которых и является «совершенная конкуренция». Если идеализированная модель даёт рекомендации, противоположные практике, то это означает, что в процессе идеализации ей были приданы свойства, не только отсутствующие у реально существующего объекта, но и такие, которые характерны для другого объекта. Именно это и произошло с таким идеализированным объектом, как «совершенная конкуренция». Парадокс заключается в самом названии этого объекта, которое вводит в заблуждение неподготовленного читателя. «Совершенная конкуренция» вовсе не является той конкуренцией, к которой должно стремиться общество, чтобы стать совершенным. То, о чем идёт речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться «конкуренцией» и выводы из этой теории не могут принести почти никакой пользы в качестве руководства для политики. Но почему от этой модели экономисты до сих пор не отказались? Почему значительная часть авторов учебников и научных публикаций используют «совершенную конкуренцию» в качестве некоторого эталона, присущего совершенной рыночной экономике, и, разрабатывая на её основе идеализированные, противоречащие реальности модели, считают их совершенными?

Причин тому несколько. Первая причина связана с тем, что системе научных знаний, как и любой другой системе, присуща инерционность, поэтому однажды принятая в экономической науке в качестве основной, модель «совершенной конкуренции», несмотря на все доводы и публикации её противников продолжает оставаться таковой. Слишком большое число экономистов, в первую очередь учёных, принимают эту модель безо всякой критики, абсолютно полагаясь на опыт предыдущих поколений экономистов, предложивших и однажды доказавших право этой модели на существование. Действительно, если каждый студент-экономист в процессе своего обучения

будет задаваться вопросом о том, почему та или иная графическая модель, та или иная формула имеет именно такой характер, а не иной, и часами штудировать первоисточники с доказательствами и обоснованиями, он никогда не познает экономику в том объёме, который нужен практикующему экономисту или экономисту-теоретику. Любой учёный вынужден опираться на аксиоматические положения и постулаты, так как слишком большой объём знаний накоплен сегодня в любом разделе современной науки, в том числе экономики, чтобы позволить себе роскошь подвергнуть весь этот багаж знаний критическому анализу.

Вторая причина того, что модель «совершенной конкуренции» продолжает доминировать в современной экономической теории заключается в том, что она очень удобна для исследователя-теоретика: апеллируя к тому, что конкуренция является «совершенной», он сразу же снимает с себя всякую ответственность за необходимость соотносить свои выводы с экономическими реалиями. Существенная часть теоретизирующих экономистов оперирует с моделями (графическими или математическими), которые не абстрактны, – они идеализированы. Эти модели, как и модель «совершенной конкуренции», не имеют ничего общего с реальной экономикой. Множество этих моделей нельзя даже назвать «абстрактным экономическим» – это множество объектов, связанных с экономикой только названиями, но ни в коей степени не с её сущностью. В качестве примера назовём только одну из подобных моделей – модель «вечно живущего потребителя», которую так любят использовать специалисты в моделировании экономической динамики. Название этой модели уже само говорит за себя. Разве можно в процессе абстрагирования свойств потребителя и построения его модели отбросить такое свойство человека, как его смертность? Бессмертными являются только боги, но они, как известно, не являются потребителями ботинок, сала и телевизоров. Поэтому модель «вечно живущего потребителя» никакого отношения к экономике не имеет. Она уводит экономиста прочь от экономики в область, недоступную

простому смертному, – в область божественной красоты и гармонии моделей, графиков и траекторий, существующих независимо и без всякой связи с грешной и реальной экономикой. Делает она это точно так же, как модель «совершенной конкуренции». Сегодня ссылка экономиста-теоретика на «совершенную конкуренцию» аналогична ссылке средневековых учёных на Священное Писание – даёт индульгенцию от всяких ошибок и вольностей толкования экономических реалий.

Третья причина того, что «совершенная конкуренция» существует и ещё долгое время будет существовать в современной экономической теории, заключается в том, что теория конкуренции так и не предложила подходов к трансформации «совершенной конкуренции» из идеализированной в абстрагированную модель. В качестве абстрагированного, т.е. в определённой степени реального аналога модели «совершенной конкуренции» предлагается модель «чистой конкуренции».

Если сегодня модель «совершенной конкуренции» исчерпывается пятью признаками:

- 1) наличие большого числа экономических агентов, продавцов и покупателей;
- 2) однородность продаваемой продукции;
- 3) ни один из продавцов или покупателей не в состоянии повлиять на рыночную цену;
- 4) свободные вход на рынок и выход с него;
- 5) максимальная информированность продавцов и покупателей о товарах и ценах,

то, отказавшись от последних двух свойств, учёные выводят ту самую «чистую конкуренцию», которая якобы имеет реальную основу. Но нет, и не может быть однородной продукции в рыночной экономике (второе свойство «чистой конкуренции»): вряд ли надо упоминать, что никакие изделия двух производителей никогда не бывают в точности одинаковыми – хотя бы только потому, что, покинув завод, они должны оказаться в разных местах.

Эти различия составляют часть фактов, создающих нашу экономическую проблему, и допущение, что они отсутствуют, не слишком помогает её решению.

Таким образом, под «чистой» следует понимать такую конкуренцию, при которой имеется большое число экономических агентов, продавцов и покупателей, к тому же ни один из продавцов или покупателей не в состоянии повлиять на рыночную цену. Однако рынок является неоднородным, вход на рынок затруднён, а информация о нем носит и стохастический, и неопределённый характер. Такую модель использовать для теоретических построений весьма сложно. Поэтому замена идеализированного рынка «совершенной конкуренции» на абстрагированный рынок «чистой конкуренции» существенно осложняет работу учёным.

Возможно, помимо указанных выше причин, есть ещё и такие, о которых здесь не упомянуто. Но по заведённому на Руси обычаю после ответа на вопрос «кто виноват?» следует найти ответ на вопрос «что делать?».

Так и в нашем случае «вину» «совершенной конкуренции» перед экономической наукой можно считать доказанной. Практический урок из всего этого состоит в том, что нужно гораздо меньше беспокоиться, является ли конкуренция в том или ином случае совершенной, и гораздо больше – есть ли там конкуренция вообще. Теоретические модели отдельных отраслей скрывают, что на практике гораздо более глубокая пропасть отделяет конкуренцию от её отсутствия, чем совершенную конкуренцию от несовершенной.

Любая научная теория строится в соответствии с несколькими общенаучными принципами. Один из них – принцип «от простого к сложному». В соответствии с ним в начале формирования теории разрабатываются и проверяются простые гипотезы и модели, которые позволяют описать изучаемый объект в целом, добиться понимания того, что происходит в изучаемом явлении. Затем, развивая теорию за счёт более

сложных представлений об объекте, добиваются и большей адекватности этой теории реальному явлению.

Современная теория конкуренции остановилась как раз на уровне, когда необходимо перейти от простого к сложному, и сделать это надо именно с базовыми предпосылками и моделями. А основные усилия учёных нацелены на то, чтобы исходя из простых линейных представлений пытаться разработать более сложные модели конкуренции.

Действительно, например, в основе всех существующих методов измерения уровня конкуренции лежит неявно высказанная посылка о том, что уровень конкурентной борьбы на рынке обратно пропорционален уровню концентрации рыночной власти в руках одного продавца, причём эта обратная зависимость линейна. Именно поэтому для определения конкуренции на рынке сегодня вычисляют индексы концентрации (рыночной власти), и, если они близки к нулю, то говорят, что рынок не концентрирован, на нем работают много продавцов, а значит, он в высшей степени конкурентен (и вообще – близок к «совершенной конкуренции»!). Если же индекс концентрации близок к единице, говорят, что рынок монополизирован и никакой конкуренции на нем нет. Значит, при индексе концентрации, равном 0,3, конкурентная борьба сильнее, чем, например, при индексе концентрации, равном 0,7! Однако элементарный анализ зависимости между концентрацией рыночной власти и уровнем конкурентной борьбы на рынке показывает, что она является нелинейной, и конкуренция на олигополистических рынках (индекс концентрации равен 0,7) порой значительно более интенсивна, чем на рынках монополистической конкуренции (индекс концентрации равен 0,3). А это значит, что существующие методы измерения конкуренции на рынке, базирующиеся на линейном представлении, весьма неточны, если вовсе не являются ошибочными!

Литература

1. Вайнер Дж. Кривые затрат и кривые предложения // Теория фирмы – СПб.: Экономическая школа, 1995. – С.94 – 135.