Поведение фирмы в краткосрочном периоде на рынке свободной конкуренции

Функционирующая на рынке фирма должна учитывать всю совокупность его рыночных качественных характеристик. Прежде всего это - количество фирм в отрасли, вид продукта и возможность его замены, возможность появления конкурентов. В зависимости от конкурентной ситуации, складывающейся на рынке, фирма избирает модель поведения, которая приводит к оптимальному режиму деятельности. То есть фирма определяет объем выпуска и цену, при которой прибыль будет максимальной.

Выясним, что представляет собой рынок совершенной конкуренции и каков механизм, обеспечивающий получение фирмой максимальной прибыли на таком рынке в краткосрочной перспективе.

Структура рынка - это совокупность тех качественных характеристик, с учетом которых фирмы определяют свое поведение на рынке. Во внимание здесь берется характер продукции, легок ли вход на рынок данного продукта и выход фирмы из него, количество и размер фирм-производителей этой продукции, наконец, доступность информации, позволяющей посредством расчетов определить минимальный размер риска при вхождении на рынок и в процессе деятельности на нем фирмы.

При определении рыночной поведенческой стратегии обычно допускаются упрощенческие позиции: считается, что фирма производит один вид изделия, хотя в действительности выпускается ряд товаров; допускается, что единственной целью фирмы выступает максимизация прибыли от производства данного продукта как в краткосрочный, так и в долгосрочный периоды, хотя в реальной действительности это не так, ибо превалирующей может оказаться максимизация доходов (чтобы добиться экономического роста) или максимизация уровня дивидендов с целью создания имиджа фирмы и т.д.

Свободная (чистая) конкуренция - это такая рыночная структура, при которой на рынке выступает множество, как правило, не очень крупных фирм, они производят однородную продукцию. Вход на рынок и выход из него достаточно просты, информация о состоянии дел с продажей товаров доступна всем субъектам рынка. Рынок чистой конкуренции - исторически самый развитый и наиболее упрощенный для ценообразования и обмена. Он состоит из множества продавцов и покупателей одноименного товара. Ценообразование здесь складывается на основе спроса и предложения. Механизм обмена прост: он должен в принципе удовлетворить всех продавцов, вместе взятых, и покупателей, отдельно взятых. Если кто-то из продавцов назначит повышенную цену, его товар не будет покупаться или реализовываться. Но будут продавцы определять цену и ниже рыночной, так как не захотят потерять часть дохода. Продавцы на этих рынках не тратят много времени и средств на реализацию политики цен.

Для современного рынка состояние чистой конкуренции весьма редкое. Тем не менее это не означает, что анализировать положение фирмы в условиях чистой конкуренции не следует. В современной экономике не только отдельные фирмы, но целые отрасли действуют по принципу чистой конкуренции. Это с полным основанием можно говорить о сельскохозяйственном производстве. Конечно, производство сельскохозяйственных культур регулируется, в развитых странах объем их производства регламентируется и все же специфика отрасли такова, что все произведенное и поставляемое на рынок реализуется, причем реализация осуществляется на основе свободного соотношения спроса и предложения. Последнего как раз и требует состояние чистой конкуренции.

Изучать экономику фирмы в состоянии чистой конкуренции необходимо также потому, что именно она является исходной для понимания процесса формирования издержек производства, выяснения сущности понятий «доход», «прибыль» и т.д. Чистая конкуренция является ясным отправным пунктом для определения цены и объема производства. Чистая конкуренция, таким образом, представляет собою модель, имеющую как теоретическое, так и практическое значение.

Конкурентная фирма не имеет самостоятельной политики, но она приспосабливается к рыночной цене, поставляя и реализуя значительное число материальных благ и услуг. Анализ условий ее деятельности позволяет решать вопросы максимизации прибыли или минимизации издержек производства, вести расчет среднего, валового и предельного дохода. Что касается среднего дохода, этот показатель применяется для характеристики величины дохода продавца от продажи единицы продукции. Для покупателя этот доход выступает в виде цены за единицу покупаемого изделия. В итоге цена и средний доход — это одно и то же, но рассмотренное с разных точек зрения, со стороны покупателя и со стороны продавца.

Валовой доход фирмы определяется путем умножения цены (среднего дохода) на количество произведенной продукции. Поэтому, когда фирма планирует объем производства, она одновременно продумывает то, как изменится ее доход. Каждое увеличение производства сопровождается (при условии продажи) возрастанием дохода. Возникающий таким образом добавочный доход как результат продажи каждой дополнительной единицы продукции представляет собою предельный доход фирмы. Предельный доход в условиях чистой конкуренции постоянен, ибо каждая дополнительная единица продается по постоянной цене.

Известно, что в краткосрочный период фирма располагает неизменным оборудованием и посредством его модернизации пытается обеспечить прибыльность производства. Здесь операции осуществляются с переменными ресурсами (сырьем, трудом и т.д.). При этом экономическая прибыль фирмы определяется в виде разности между валовым доходом и валовыми издержками. Используются и два дополнительных подхода для определения того уровня производства, при котором фирма получит максимальную прибыль или понесет минимальные убытки. Первый подход состоит в сравнении и сопоставлении валового дохода и валовых издержек; второй — в сравнении предельного дохода и предельных издержек. При первом подходе решается ряд взаимоувязанных вопросов, а именно: следует ли производить? Если да, то какое количество продукции изготовлять? Какая при этом будет получена прибыль? Ответ казалось бы прост: производи, если это приносит прибыль.

На самом деле все обстоит сложнее. Дело в том, что в краткосрочный период часть валовых издержек является переменными издержками, а часть — постоянными. Последние оплачиваются даже в случае закрытия фирмы. В случае нулевого уровня производства фирма несет убытки, равные постоянным издержкам. Значит, иногда производство оказывается оправданным тогда, когда прибыль не обеспечивается, но достигается получение дохода, превышающего постоянные издержки производства. Поэтому, когда стоит вопрос о том, «Стоит ли производить?», надо ответить, что фирме следует вести производство не только тогда, когда обеспечивается прибыльность, но и в том случае, когда убыток оказывается меньше, чем ее постоянные издержки.

На вопрос о том, сколько продукции может производить фирма в краткосрочный период, следует ответить, что ее следует создавать такое количество, которое максимизирует прибыль или минимизирует убытки.

Чтобы ответить на вопрос о том, какая величина прибыли (или убытка) будет получена, нужно проводить графический расчет с использованием конкретных данных. Общий итог рассуждений может быть такой: фирма будет вести производство, когда валовой доход превышает совокупные переменные издержки, что позволяет покрывать совокупные издержки. Фирма может минимизировать расходы за счет ведения производства в том случае, если бы простой экономический расчет показывал, что она должна закрыться ввиду убыточности, ибо результатом производства покрывалась бы часть или все постоянные издержки производства. Эту же мысль можно выразить следующим образом: прибыль фирмы максимизируется при таком объеме производства, когда валовой доход будет превышать валовые издержки на максимальную величину; фирма будет минимизировать убытки при производстве такого объема продукции, при котором валовые издержки превышают валовой доход на наименьшую величину. Вместе с тем, если нет возможности обеспечить превышение валового дохода над переменными издержками, фирме целесообразно минимизировать убытки в краткосрочный период путем закрытия производства.

Второй дополнительный подход к определению возможного объема производства связан с сопоставлением предельного дохода и предельных издержек каждой последующей единицы продукции. Если предельный доход от каждой последующей единицы продукции превышает ее предельные издержки, такую продукцию следует производить. В равной степени, если предельные издержки единицы продукции превышают ее предельный доход, фирме следует избегать производства этой единицы изделия.

5. Долгосрочная и краткосрочная перспектива

В этой главе мы затронем аспект конкурентно-предпринимательского процесса, который ранее я лишь упомянул -- возможность альтернативных долгосрочных и краткосрочных интерпретаций. Данная возможность, как мы обнаружим в следующей главе, будет иметь огромную важность в нормативных оценках этого процесса. Кроме этого, она обеспечивает свежее понимание природы конкурентно-предпринимательского процесса, ценное само по себе. Все это естественно вытекает из идей, разработанных в предыдущих главах и комплиментарно им. Добиваясь этого понимания, мы вынуждены резко критиковать ортодоксальную позицию по смыслу и интерпретация разграничения долгосрочного и краткосрочного периодов как подтверждает, так и требует тщательной постановки связанных с этим проблем.

Краткосрочный период и долгосрочный период в литературе

Под вывеской "долгосрочный период" в литературе представлено несколько совершенно различных идей. Каждая из них фокусирует внимание на отдельных более или менее важных аспектах микроэкономического принятия решений или процесса рыночной корректировки. В этой главе я буду акцентировать внимание на дополнительном, малоупоминаемом аспекте рынка, в отношении которого, как представляется, используется термин "долгосрочный период", и сделан обзор существующих контекстов использования этого термина, так чтобы читатель правильно понял, что именно я хочу подчеркнуть в моей собственной трактовке.

1. Самое распространенное понимание термина "долгосрочный" относится просто к временному промежутку большой длительности. И экономисты часто употребляют этот термин именно в этом смысле. Не следует забывать, что в долгосрочной перспективе, как уверял нас Кейнс, мы все умрем. Более важно, что под долгосрочными последствиями данной политики, решения, или события подразумевают, при таком использовании термина, последствия, разворачивающиеся на неограниченном промежутке времени. Краткосрочные последствия, по контрасту, это последствия, проявляющиеся в течение относительно короткого периода после соответствующего решения или события <Мизес указывал, что при определении долгосрочных последствий изменения начальных данных краткосрочные последствия неизбежно принимаются во внимание. "Долгосрочный анализ всегда необходимо полностью включает краткосрочный анализ" (Мизес. Человеческая деятельность, с. 613)>. Именно в соответствии с этой терминологией, например, Стиглер различает краткосрочную кривую спроса и долгосрочную кривую спроса, где последняя отражает все реакции альтернативных цен, при том, что времени, необходимого для полной адаптации к различным ценам, достаточно <Stigler G.J. Theory of Price. 3d ed. -- N. Y.: Macmillan, 1966, pp. 26 ff.>. Для Маршалла смысл доктрины, что "нормальная ... ценность товара -- это та его ценность, которую экономические силы образуют в долгосрочной перспективе", заключается в "средней ценности, которую экономические силы образовали бы, если бы общие условия жизни оставались неизменными в течение периода времени, достаточно продолжительного, чтобы позволить всем указанным условиям полностью реализоваться" <Маршалл А. Принципы экономической науки. -- М.: Издательская группа "Прогресс". Т. II, с. 30 -- 31>.

2. Тесно связанным с предыдущим употреблением этого термина является широко распространенное различение между долгосрочной прибылью и краткосрочной прибылью. Долгосрочная прибыль рассчитывается предпринимателем в пределах очень длительного горизонта, с учетом полной картины потоков доходов и расходов в течение этого длительного будущего периода. При расчете прогнозируемой краткосрочной прибыли игнорируются все доходы и расходы, ожидающиеся только после некоторого относительно отдаленного момента в будущем. Именно вокруг этих концепций вращается дискуссия по поводу реализма гипотезы максимизации прибыли <см., например: Machlup. The Economics of Sellers' Competition, pp. 426 ff.>. Именно в терминах этих концепций авторы обсуждают возможные альтернативные стратегии конкурирующих фирм <см., например: Edwards. Competition and Monopoly in the British Soap Industry, p. 51 и его ссылку на Hicks J.R. The Process of Imperfect Competition // Oxford Economic Papers 6 (February 1954), p. 45>. И именно такое разграничение долгосрочных целей и краткосрочных целей фирмы столь сурово критиковал Алчиан за его роль в исключении "теории капитала из теории фирмы и из большей части теории цены" <Алчиан А. Затраты и выпуски // Теория фирмы. Под ред. В.М. Гальперина. -- СПб.: Экономическая школа, 1995, с. 154>.

3. Еще одним употреблением термина "долгосрочный", тесно связанным с длительностью временного промежутка, который отводится для завершения корректировок, является традиционное понятие "долгосрочных издержек". В то время как традиционное использование этого понятия в решающей степени зависит от разграничения "постоянных производственных факторов" и "переменных производственных факторов", данное разграничение выражено с точки зрения длины периода, в течение которого производитель, как предполагается, произведет все необходимые корректировки <об этом см.: Machlup F. Essay in Economic Semantics. -- N. Y.: W.W. Norton. 1967, p. 52>. Для кривых издержек Вайнера "краткосрочным" является "период времени, длительность которого допускает любые необходимые изменения в объеме производства, технологически осуществимые без изменения масштаба завода, но не допускает каких-либо изменений в масштабе завода" <Вайнер Дж. Кривые затрат и кривые предложения // Теория фирмы. Под ред. Гальперина. -- СПб.: Экономическая школа, 1995, с. 98 -- 99>. "Долгосрочным" является "период, достаточный для того, чтобы каждый производитель мог осуществить те технологически возможные изменения в масштабе завода, которые он сочтет нужными" <Там же, с. 102>. Используя это представление о понятии "долгосрочный" для определения "издержек", имеют в виду не более отдаленный горизонт будущего (как в "долгосрочной прибыли") и не последствия, разворачивающиеся, пока это позволяют длительные периоды (как в "долгосрочном спросе"); скорее, здесь имеется в виду ряд вариантов, стоящих перед производителем, которому гарантируется все время, необходимое, чтобы осуществить любую желаемую корректировку.

4. Алчиан подверг резкой критике традиционное разграничение долгосрочных издержек и краткосрочных издержек с точки зрения постоянных и переменных производственных факторов. "В действительности, -- утверждает Алчиан, -- не существует такого фиксированного фактора ни в каком периоде, кроме мгновенного, когда все фиксировано. ... Не существует ни технологических, ни правовых ограничений, препятствующих кому-либо варьировать любым фактором производства... Дело в том, что изменение объема разных ресурсов потребует и разных затрат, и соотношения этих затрат изменяются в связи с изменением периода времени, в пределах которого должны быть произведены изменения" <Алчиан. Затраты и выпуски, с. 148 -- 149. См. также: DeAlessi L. The Short-Run Revisited // American Economic Review 57 (June 1967), pp. 450 -- 461; Lucas R.E. Adjustment Costs and The Theory of Supply // Journal of Political Economy 75 (August, 1967), pp. 321-334>. Поэтому Алчиан конструирует разграничение краткосрочных и долгосрочных издержек не на основе периодов времени, в течение которых некоторые производственные факторы являются постоянными, а на основе различных издержек, которые вынужден осуществлять производитель, когда изменяется время, которым он располагает, чтобы подготовиться к новому спросу.

5. Хиршляйфер предлагает сохранить общепринятое разграничение краткосрочных и долгосрочных издержек, интерпретируя стабильность производственных факторов в коротком периоде таким образом, который Алчианом не рассматривался. "Постоянный производственный фактор делает 'постоянным' не то, что его нельзя изменить тотчас как вы пожелаете, а то, что вы не хотите его менять в ответ на временное колебание спроса. . . . Чем более долговременным ожидается сдвиг спроса, тем более "непостоянными" осознаются и становятся производственные факторы" <Hirshleifer J. The Firm's Cost Function: A Successful Reconstruction? // Journal of Business 35 (July 1962), p. 250>. При таком использовании термин "долгосрочные издержки" тогда относится к тому, как эти варианты воспринимаются производителем, ожидающим, что данные рыночные условия сохранятся длительное время. (Интерпретация общепринятого разграничения долгосрочных и краткосрочных издержек Хиршляйфера совпадает с версией Махлупа, детально разработанной им на десятилетие раньше <Machlup. Economics of Sellers' Competition, p. 40>.)

Вне всякого сомнения, каждый из этих вариантов разграничения долгосрочного и краткосрочного периодов привлекает наше внимание к существенным аспектам рыночных решений и их взаимодействию на рынке. Привлекая внимание на протяжении оставшейся части этой главы к игнорировавшемуся ранее аспекту разграничения, который может показаться естественно соответствующим терминологии, основанной на "длине периода", я прежде всего критикую ранних авторов за неспособность заметить существенную сторону рыночного процесса. С другой стороны, я буду настаивать, что "общепринятое" разграничение долгосрочных издержек и краткосрочных издержек очевидно требует переформулирования с точки зрения этого, игнорировавшегося разграничения.

О необратимых затратах и краткосрочном периоде

Различение, которое я хочу подчеркнуть, лучше всего ввести в терминах общепринятой концепции необратимых затрат [sunk costs]. Признано, что необратимые затраты вообще не являются затратами с точки зрения настоящего. То есть, если в прошлом были произведены безвозвратные затраты, то они не должны влиять и ни в малейшей степени не влияют, на принимаемые в настоящее время решения. Поскольку прошлые ошибки -- это прошлые ошибки, то жертвы, принесенные в прошлом, которых нельзя избежать ни при какой линии поведения, возможной в настоящий момент, просто не оказывают никакого влияния на настоящий выбор альтернативных курсов действий, возможных сейчас.

Поэтому отсюда следует, что если у фирмы на руках оказался завод, обремененный неоспоримыми обязательствами, то при принятии сегодняшних производственных решений фирме не нужно (и не должно) принимать эти обязательства в расчет. Даже если эти обязательства требуют от фирмы текущих выплат, эти выплаты никоим образом нельзя считать издержками в "краткосрочном периоде". То есть, с точки зрения фирмы, имеющей такой завод, эффективность принятия решения по поводу производства не требует, чтобы сейчас эти затраты принимались в расчет. В терминах экономической концепции издержек эти затраты вообще не являются издержками; с этой точки зрения, они не подразумевают никакой возможности чем-либо пожертвовать <см.: Samuelson P.A. Economics, 8th ed. -- N. Y.: McGrow-Hill, 1970, p. 443; Alchian A. and Allen W.R. University Economics. -- Belmont, Calif.: Wadsworth, 1964. p. 283; Freidman M. Price Theory. -- Chicago: Aldine, 1962, p. 98; Kirzner I.M. Market Theory and the Price System. -- N. Y.: Van Nostrand, 1963, pp. 190 f.>.

Предположим теперь, что кто-то берет единицу конечной продукции, производимой фирмой, и задает вопрос: что было принесено в жертву, чтобы ее произвести (либо в средних, либо в предельных величинах). Должно быть очевидно, что на этот вопрос можно дать, по крайней мере, два совершенно разных ответа, что оба ответа будут полностью обоснованы и что в сущности именно неопределенность вопроса виновата в множественности ответов. Спросить, что было принесено в жертву, чтобы произвести продукт, это значит обратиться к моменту времени, когда было принято решение произвести эту продукцию. Но продукт мог быть произведен в результате последовательности решений, где более поздние решения стали возможны благодаря уже принятым решениям. Если так, то вполне уместно спросить в отношении каждого отдельного решения, чем производитель планировал пожертвовать, чтобы получить продукт, в тот момент, когда это решение было принято. Таким образом, для любого данного продукта можно обоснованно поставить целую серию вопросов об издержках производства этого продукта. И на эти вопросы должна быть дана целая серия одинаково обоснованных ответов.

Эта множественность критериев издержек полностью соответствует целям, с которыми экономисты изучают издержки в целом. В конце концов, мы интересуемся издержками производства, чтобы понять альтернативы, с которыми сталкиваются будущие производители, обдумывающие производственные решения <обсуждение различных возможных подходов к роли издержек в экономической теории см.: Buchanan J.M. Cost and Choice. -- Chicago: Markham. 1969, особенно гл. 1-3>. Каждый из этих вариантов представляет собой возможность получить доход, пожертвовав чем-то необходимым для производства. Чтобы понять решения, принимаемые производителями в каждый данный момент времени, мы должны учитывать подразумеваемые при этом жертвы. Чтобы объяснить решения, принятые ранее по ходу длительного процесса производства (например, чтобы объяснить решение построить новую обувную фабрику), необходимо предположить, что считается, что будущий поток доходов от продажи обуви на протяжении ожидаемой жизни фабрики с лихвой оправдает сегодняшние и будущие жертвы (в особенности включая издержки возведения фабрики), которые, как полагает заказчик, необходимо будет сделать, чтобы получить этот поток доходов. С другой стороны, чтобы объяснить решения, принятые много позже по ходу длительного процесса производства (например, объяснить решение об конкретном объеме производства), мы должны предположить, что считается, что соответствующий поток доходов с лихвой оправдает жертвы, требующиеся для производства, когда фабрика уже сооружена. Последние цифры издержек, как мы уже обсуждали, не включают в себя издержки на строительство фабрики.

Представляется абсолютно естественным считать "долгосрочными издержками" издержки производства с точки зрения будущего производителя, еще не предпринявшего никаких шагов на длинной дороге производства. Эти издержки, с его точки зрения, включают в себя все жертвы, которые, как он сам считает, он будет вынужден сделать с настоящего момента до того мгновения, когда он, наконец, достигнет своих производственных целей. По контрасту, представляется уместным считать "краткосрочными издержками" те жертвы, которые, как считает сам производитель, он будет вынужденным сделать (чтобы получить свой продукт), когда фабрика уже будет в его распоряжении. Причем последние издержки являются "краткосрочными" не потому, что производитель не может "изменить" свою фабрику. Как утверждал Алчиан, нет ничего, что могло бы помешать производителю внести изменения в производственные факторы своего завода. И кроме того, они являются краткосрочными издержками не вследствие какой-либо модели ожиданий, разделяемой производителем, а потому что после завершения части длительного процесса производства оставшееся расстояние до конечной цели становится значительно короче <похожую формулировку разграничения долгосрочного и краткосрочного периодов см.: Alchian and Allen. University Economics, pp. 338 -- 340>. По существу, каждый этап по ходу длинной последовательности производственных решений, на котором требуется принять решение, предусматривает разный "период" издержек. Чем ближе решение к конечной цели производства, тем короче период имеющих значение издержек.

Наша интерпретация разграничения между издержками краткосрочного и долгосрочного периодов все-таки имеет отношение к общепринятому употреблению (названному выше под пунктом 1), где термин долгосрочный период относится к промежутку времени, достаточному для завершения всех корректировок. В сущности, весьма вероятно, что первоначальные шаги в последовательности производственных решений (таких, как строительство завода) будут предприниматься сравнительно нечасто -- именно потому, что как только фабрика построена, она представляет собой ничего не стоящий ресурс. Таким образом, влияние изменений долгосрочных издержек, таких, как увеличение строительства заводов, будет чувствоваться на рынке только когда рассматриваются все более и более продолжительные периоды времени. В краткосрочном периоде в форме измененных моделей объема производства и цен будут проявляться только изменения краткосрочных издержек.

Более того, мы увидим, что такое объяснение различия между долгосрочными и краткосрочными издержками в некоторых отношениях похоже на общепринятое (названное в предыдущем параграфе под пунктом 2) различение долгосрочной и краткосрочной прибыли. В обоих случаях "долгосрочное" рассмотрение требует внимания к соответствующим величинам на всем протяжении будущего долгосрочного периода времени. Однако, мы отметим, что "краткость", характеризующая "краткосрочную прибыль", иного рода, чем краткость "краткосрочных издержек". В случае краткосрочной прибыли предполагается, что по неким необъяснимым причинам горизонт фирмы настолько близок, что при расчете прибыли учитываются только доходы и затраты, ожидающиеся в близком будущем. С другой стороны, в случае наших краткосрочных издержек усиление или ослабление внимания жертвам, ожидаемым в течение ближайшего будущего, объясняется очень просто -- а именно тем, что производственные цели, фактически, можно достичь в ближайшем будущем, так как все необходимые более ранние шаги уже были сделаны и не требуют жертв в настоящем.

Тот факт, что прежде этот вариант разграничения долгосрочных и краткосрочных издержек в большинстве случаев не замечался, на мой взгляд, отражает нежелание принять возможность более чем одного ответа на вопрос: "Что стоит производителю данный продукт?" Следовательно, разницу между долгосрочными издержками производства данного продукта и его краткосрочными издержками искали в различных обстоятельствах производства продукта, таких как время, имеющееся для производства, или вид ожиданий, когда производство уже началось. Что касается меня, то я нахожу вполне объяснимым, что издержки производства данного продукта оказываются одной величиной, когда относится к самому раннему из длинной череды решений, и другой величиной, когда относится к другому решению этой последовательности.

Сейчас я попытаюсь показать, что определенное нами в контексте издержек разграничение долгосрочного и краткосрочного периодов просто является общим и весьма важным аспектом предпринимательско-конкурентного процесса, почти полностью проигнорированным в литературе.

Издержки, прибыль и решения

Мы можем понять всеобщность способа разграничения краткосрочного и долгосрочного периодов, к которому я привлек внимание, путем более тщательного рассмотрения того, что в проекте требует последовательности решений (где более ранние решения являются необходимыми предпосылками более поздних решений).

Как мы обсуждали выше, ранние решения (в той мере, в какой они принимаются с учетом результатов всей последовательности будущих решений, возможность которых обеспечивают ранние решения) требуют сравнения всех будущих положительных результатов со всеми будущими жертвами. Для более поздних решений потоки подлежащих сравнению положительных результатов и жертв представляют собой краткосрочные потоки. Когда по ходу дел оценивается "прибыльность" проекта, необходимо еще раз рассмотреть сравнительную важность доходов, полученных от проекта, и жертв, на которые пришлось пойти ради них. И в контексте прибыли мы сталкиваемся с тем, что уже обнаружили в контексте издержек -- то, что их нельзя рассматривать абстрактно, а следует соотносить с конкретными решениями.

Студенты, начинающие изучать теорию фирмы, узнают, что в краткосрочном периоде фирме выгоднее продолжать производство, даже если доход не покрывает и "постоянных", и переменных издержек. Пока доходы больше переменных издержек, учат студентов, фирме выгоднее продолжать производство. Иногда это объясняют тем, что хотя фирма в действительности терпит убытки (так как ее доходы меньше суммы постоянных и переменных издержек), ее убытки будут еще больше, если она откажется от превышения дохода над переменными издержками, образующегося в результате продолжения производства.

Должно быть очевидно, что это не самый полезный способ объяснения, почему, пока доход превышает переменные издержки, выгоднее продолжать производство. Дело, как мы видели, в том, что для фирмы с данным заводом "постоянные" издержки, связанные с этим заводом, в настоящий момент вообще не являются издержками, так как эти затраты были неизбежно осуществлены в прошлом. Для текущих, "краткосрочных" решений в качестве жертвы они не актуальны. С точки зрения краткосрочного принятия решений производство прибыльно по той простой причине, что будущие доходы от продажи произведенной продукции обещают превысить соответствующие краткосрочные издержки производства. В то же время верно, что этот процесс производства, с точки зрения принятого в прошлом "долгосрочного" решения построить завод, должен быть оценен как оказавшийся убыточным. С "долгосрочной" точки зрения (когда с доходом сравниваются именно долгосрочные издержки) может считаться, что конкретная партия продукции генерирует доход, недостаточный, чтобы покрыть издержки; в то же время с более краткосрочной точки зрения (где значение имеют только краткосрочные издержки) тот же самый доход, генерируемый той же самой партией продукции, может показаться с лихвой покрывающим соответствующие издержки. Тот же самый проект, который сейчас с долгосрочной точки зрения кажется потерявшим всякий смысл, в краткосрочной перспективе был прибыльным. Как только мы признаем, что прибыльность проекта можно оценить только с точки зрения момента решения, запустившего данный проект, становится абсолютно понятным, что там, где для того, чтобы завершить проект, требуется более одного решения, его «прибыльность» зависит от конкретного решения, выделенного для оценки. Один и тот же доход, представляющийся в виде излишка над издержками, когда издержки оцениваются с одной точки зрения, оказывается необходимым (и, возможно, недостаточным), чтобы покрыть издержки, когда оценивается с другой точки зрения <ясно, что разграничение долгосрочной прибыли и краткосрочной прибыли, подчеркиваемое здесь, следует четко отличать от обсуждавшегося выше, раздел "Краткосрочный период и долгосрочный период в литературе">.

В итоге мы обнаружили, что для прибыли, так же как и для издержек, одни и те же события могут оцениваться по-разному в зависимости от того, с какой точки зрения на них посмотреть. Возможность оценивать события с более чем одной точки зрения возникает, как мы видели, благодаря тому обстоятельству, что события являются результатом не одиночного решения, а последовательности необходимых решений. Вследствие того, что каждое решение в этой последовательности было предпосылкой конечного результата, экономический смысл этого результата можно оценить с точки зрения каждого из этих решений в отдельности. Результат действительно зависел от каждого из этих решений; каждое из них "отвечает" за результат и тем самым обеспечивает законную и, возможно, в высшей степени интересную точку зрения для оценки достигнутого.

Теперь я покажу, как этот же самый феномен -- одни и те же события можно интепретировать совершенно по-разному, в зависимости от "продолжительности периода" интерпретации -- распространяется на конкурентно-предпринимательский процесс в целом. Я покажу, что рыночные явления часто представляют собой результат длинной цепочки решений (каждое из которых является предпосылкой более позднего решения), поэтому рыночный процесс, кажущийся конкурентным с одной точки зрения, может оказаться монополистическим, когда оценивается с другой точки зрения. Это в высшей степени важное понимание является подлинной целью этой главы; до этого места обсуждение должно рассматриваться как вводное.

Предпринимательские решения, долгосрочный период и краткосрочный период

В этом обсуждении я без дополнительных объяснений буду употреблять термины долгосрочный период и краткосрочный период в значении, предложенном в моей трактовке издержек и прибыли. Долгосрочный взгляд соответствует перспективе с точки зрения более раннего решения в последовательности (где более ранние решения являются предпосылками более поздних); а краткосрочный взгляд соответствует точке зрения более позднего решения в этой последовательности. С учетом данной терминологии и с учетом предыдущего обсуждения, давайте еще раз рассмотрим природу предпринимательского процесса принятия решений.

Напомним, что "чистое" предпринимательство предполагает решение купить на одном рынке с намерением перепродать по более высокой цене на другом рынке. Здесь мы имеем последовательность решений, где первое -- решение купить -- является предпосылкой последующего решения продать. В таком случае ясно, что любую завершенную предпринимательскую последовательность можно оценивать либо с долгосрочной точки зрения (т.е. до решения купить), либо с краткосрочной точки зрения (момент времени непосредственно перед решением продать). Там, где предпринимательские покупка и продажа осуществляются в форме арбитражной сделки, когда обязательства продать и купить возникают одновременно, эти две точки зрения полностью совпадают. Но там, где окончательное обязательство продать возникло только после решения купить, в общем случае существует простор для различных интерпретаций последовательности предпринимательских решений, в зависимости от точки зрения, долгосрочной или краткосрочной.

Далее, напомним, что в мире несовершенного знания деятельность производителей почти неизменно носит предпринимательский характер. Решение производить подразумевает решение купить ресурсы на рынке факторов производства, чтобы продать продукцию (получающуюся из этих ресурсов) с прибылью на рынке продуктов. Как мы видели в главе 3, пока вход на рынок свободен, предприниматель-производитель зависит от конкуренции других предпринимателей-производителей. Только в том случае, если производитель оказывается единственным владельцем необходимого ресурса, так что проникновение других предпринимателей в производство его вида продукции исключено, он имеет возможность монополизировать это вид производственной деятельности. Тот факт, что он является собственником-монополистом важнейшего ресурса, как мы выяснили, направляет предпринимательскую деятельность в производство других продуктов (либо в любом случае в другие методы производства). Давайте рассмотрим сейчас возможность (упомянутую в конце третьей главы), что производитель, являющийся исключительным владельцем некоторого ресурса, добился монопольного положения, скупив все права на этот ресурс. Если на протяжении большей части третьей главы я рассматривал производителя-монополиста, который "оказался" исключительным собственником специфического ресурса в результате первоначально "данного" распределения ресурсов, то сейчас я хочу рассмотреть случай производителя, который стал монопольным собственником ресурса благодаря собственной предпринимательской деятельности как покупатель ресурсов. Здесь мы имеем случай, когда возможность различий краткосрочной и долгосрочной интерпретаций предпринимательской деятельности приобретает непосредственное значение.

В случае, который я хочу рассмотреть, предприниматель купил все наличное предложение ресурса, а затем, утвердив свое монопольное положение, стал использовать его в ходе производства и принятия решений в сфере ценообразования. Если попытаться описать производственные и ценовые решения этого предпринимателя с точки зрения, которая берет его монопольное владение ресурсом как данное, то их следует описывать просто как решения монополиста. Исключительная собственность производителя на ресурс обеспечивает ему определенную защиту от конкуренции предпринимателей, которые могут стремиться производить то же, что и он. Поскольку проникновение конкурирующих предпринимателей в эту конкретную сферу производственной деятельности блокировано, их конкурентно-предпринимательская деятельность направляется по другим каналам. Тем самым монопольное владение ресурсом со стороны производителя искажает конкурентный рыночный процесс. Поскольку ресурсный монополист, насколько позволяет его положение монопольного собственника, защищен от конкуренции, он может попробовать получить монопольную прибыль путем ограничения использования монополизированного им ресурса Все это выглядит абсолютно нормальным описанием монопольной ситуации, проанализированной в третьей главе.

Но наше обсуждение в этой главе предупредило нас о возможности описания тех же самых событий в совершенно иных терминах, в зависимости от выбора точки зрения во времени. В нашем случае мы явно имеем перед собой еще один пример такой возможности.

Если мы попытаемся классифицировать данный случай с точки зрения долгосрочной перспективы, т.е. с момента времени, предшествовавшего приобретению нашим "монополистом" всего запаса ключевого ресурса, все предстанет в совершенно ином свете. Прежде чем наш производитель приобрел исключительный контроль над запасом ресурса, он ни в каком смысле не являлся монополистом. Он не находился в лучшем положении относительно изготовления желаемого продукта по сравнению с любым другим предпринимателем-производителем. Другие производители могли бы, если бы пожелали, купить часть запаса ресурса (или весь) и изготавливать продукт. Их неспособность сделать это, предположительно, отражает их неспособность осознать прибыльность этого направления производства (т.е. они не только не увидели прибыли в производстве части предложения продукта, они даже не ожидали прибыльности исключительного контроля предложения). Наш же производитель, с расчетом или по глупости полностью скупивший запас ресурса, считал, что польза от него в производстве продукта обещает достаточно высокие прибыли, чтобы окупить все предприятие, по крайней мере до тех пор, пока никто, кроме него, не владеет ресурсом. Таким образом, в основе последующего хода событий лежит его предпринимательская бдительность, проявившаяся в приобретении ресурса раньше своих конкурентов. Безусловно, приобретение им ресурсов в сфере, свободно открытой для всех предпринимателей, было нормальным шагом в неискаженном конкурентно-предпринимательском процессе. Его последующее исключительное положение на рынке продукта, оцениваемое с точки зрения во времени до того, как он приобрел ресурс, выглядит в точности как результаты любого другого предпринимательского шага. Прибыль, которую наш производитель может получить, используя свое уникальное положение, с этой точки зрения, предстает перед нами как предпринимательская прибыль, полученная на конкурентном рынке самым бдительным предпринимателем. Те же самые доходы, которые в краткосрочной перспективе (после приобретения ресурса) кажутся монопольной рентой, полученной за счет использования уникального положения собственника ресурса, оказываются чистой предпринимательской прибылью (никак не связанной с владением каким бы то ни было ресурсом), когда их причина, в долгосрочной перспективе, обнаруживается в первоначальном предпринимательском решении (т.е. в решении приобрести ресурс). В краткосрочной перспективе прибыль производителя возникает благодаря его монополии на ресурс; в долгосрочной перспективе эта прибыль возникает не благодаря владению ресурсом, а благодаря решению приобрести ресурс <разумеется, следует подчеркнуть, что долгосрочные прибыли, пробудившие конкурентное предпринимательство, реализуются только посредством осознаваемой возможности монополистического ограничения. Таким образом, именно возможность этого обращает предпринимательское внимание на эту конкретную возможность. Более того, может показаться, что предпринимательский процесс должен породить тенденцию к (бесприбыльной) ресурсной монополии, где конкурирующие предприниматели, стремящиеся к захвату монопольной позиции, поднимают цену (на весь объем предложения ресурса как целое), чтобы отразить в ней полную ценность будущих монопольных прибылей. Силы, противодействующие этой тенденции, это, разумеется, трансакционные издержки и издержки управления, в процессе получения и поддержания полного контроля над ресурсом с широко рассредоточенным владением. Обсуждение внутренней нестабильности картелей см., например: Machlup. Economics of Sellers' Competition, pp. 477, 518 ff. См. также: Dewey. Imperfect Competition: A Radical Reconstruction, pp. 119 ff.>. Ни одно из этих описаний не является менее "истинным", чем другое; со своей точки зрения каждое описание является единственно правильным и уместным.

Некоторые дополнительные случаи

Поучительно сравнить только что обсужденный случай со случаем, когда предприниматель, не обладающий уникальным ресурсом, и при наличии возможности свободного проникновения в его отрасль производства, тем не менее является единственным производителем своего продукта. В третьей главе мы настаивали на снятии с этого предпринимателя ярлыка монополиста, показав, что единственная причина, по которой этот предприниматель является единственным производителем своего продукта, это разница между его собственной предпринимательской оценкой и оценками других предпринимателей. Другие не видят прибыли в его отрасли производства; производящий предприниматель, справедливо или ошибочно, считает, что он открыл прибыльный вид производственной деятельности. То, что производящий предприниматель является единственным продавцом своего продукта, что кривая спроса, с которой он сталкивается, является кривой спроса всего рынка этого продукта, никоим образом не квалифицирует его деятельность как деятельность монополиста. Он является предпринимателем, который в открытой настежь конкурентной области почувствовал прибыльность некоего вида деятельности, чего не почувствовали другие.

Я бы сказал, что в этом случае (в случае предпринимателя, являющегося единственным производителем продукта и не имеющего монопольной собственности на ресурс) его деятельность является в целом конкурентной не только в долгосрочной перспективе, но и в краткосрочной перспективе. Предприниматель смотрел в лицо открытой конкуренции не только когда принимал решение приобрести ресурсы для своего продукта, он продолжает сталкиваться с такой же конкуренцией, даже когда приобрел ресурсы, так как он не обрел исключительного контроля над всем объемом запаса ресурса в целом. Окажись его деятельность прибыльной, мы можем ожидать, что рано или поздно другие предприниматели проникнут в эту область и размоют его прибыль.

Возможное размывание прибыли в будущем отличает этот случай от случая монопольного владельца ресурса, обсуждавшегося выше. Когда ресурс монополизирован навечно, никакой конкуренцией невозможно свести на нет монопольные прибыли, возможность которых обеспечивается владением ресурсом. Несмотря на то что, как мы видели, деятельность производителя (обладающего монопольной собственностью на ресурс) с долгосрочной точки зрения следует описывать как в целом конкурентную, это не означает, что через достаточное количество времени, его прибыль будет уничтожена посредством какого-либо "долгосрочного" процесса конкуренции. В этом случае его превосходящая предпринимательская оценка не ведет к подражанию его решениям, так как она позволила ему заблокировать копирование другими его деятельности. Описывая деятельность производителя, обладающего исключительной собственностью на ресурсы, как в целом конкурентную с долгосрочной точки зрения, мы имеем в виду только то, что в состоянии рынка, до того как он приобрел ресурс, не было ничего, что препятствовало бы нормальному ходу предпринимательско-конкурентного процесса (и что приобретение им ресурса действительно согласовалось с этим процессом). Разумеется, если бы ожидалось, что предложение ресурса, приобретенного таким образом, периодически возобновляется (так что производитель приобретал бы только временную монополию), тогда свобода входа на рынок этого ресурса, имеющаяся у предпринимателей, при наличии достаточного времени, постепенно устранила бы всю прибыль в этой отрасли производства (это касается любого вида предпринимательских усилий). Однако все же верно то, что на протяжении ресурсной монополии производителя, он будет иметь возможность использовать свое уникальное положение в собственных интересах, не опасаясь конкуренции со стороны других производителей, производящих в точности то же самое, что производит он, даже если в долгосрочной точки зрения его прибыль видится предпринимательской прибылью, полученной на абсолютно конкурентном рынке.

Особый случай возникает там, где предпринимательская конкуренция на рынке ресурсов возносит цену ресурса до уровня, когда ее рыночная ценность полностью отражает капитальную ценность потока монопольных доходов, которые будут получены в результате ее использования (так что несмотря на успешное приобретение всего предложения ресурса, в долгосрочной перспективе монопольное положение не генерирует прибыль) <см. также раздел "Предпринимательские решения, долгосрочный период и краткосрочный период", последняя сноска>. Мы можем представить отрасль производства с резко выраженной экономией от масштаба, так что наиболее экономично производство ведется единственной фирмой, производящей для всего рынка. В этом случае сильная предпринимательская конкуренция на рынке ресурсов может рассматривать весь запас ресурсов как неделимую единицу и тем самым поднять его цену до уровня, устраняющего последующую прибыль. Но выигравший участник, приобретя весь запас ресурса, все равно будет принимать свои производственные решения "по-монополистически" -- т.е. ограничивая использование монополизированного ресурса с целью максимизировать превышение доходов над расходами на используемые немонополистические ресурсы. (Если бы он этого не делал, то он не только не получил бы прибыли; в долгосрочном смысле он фактически терял бы свои деньги, поскольку конкуренция на рынке ресурса повысила затраты на монополизированный ресурс до уровня, предвосхищающего максимальный излишек.)

Этот особый случай следует сопоставить с ситуацией, в которой проникновение в отрасль производства, характеризующейся сильно экономией от масштаба, не зависит от предварительного владения специфическим ресурсом. (Мы можем представить отрасль производства, требующую только ресурсов, имеющихся на рынке в таком изобилии, что их невозможно монополизировать.) В этом случае также можно ожидать, что сильная предпринимательская конкуренция будет вести к появлению единственного производителя. Но в этом случае конкуренция не только приведет к устранению прибыли, она сделает это без какого бы то ни было недоиспользования ресурсов, которое может ассоциироваться с ресурсной монополией <фактически, Демсец критиковал аргумент "естественной монополии" в пользу регулирования коммунальных предприятий за пренебрежение этим случаем (см. Demsetz. Why Regulate Utilities? // Journal of Law and Economics 11 [April 1968], pp. 55 -- 66). Как отмечает Демсец (с. 58), его демонстрация возможности появления единственного производителя с ценами не выше, чем издержки производства, предполагает (как я показал в тексте) свободный доступ ко всем необходимым ресурсам. Там, где для того, чтобы воспроизвести завод, требуется время, единственный производитель, владеющий заводом, временно находится в более выгодном положении. Таким образом, случай коммунальных предприятий, по крайней мере в коротком периоде, можно считать более похожим на случай, рассмотренный в предыдущем абзаце, чем на обсуждаемый здесь>.

Дополнительные наблюдения по поводу долгосрочной конкуренции и краткосрочной монополии

Литература не часто обращается к варианту, когда деятельность монопольного производителя с долгосрочной точки зрения можно рассматривать как абсолютно конкурентную. Тем не менее в ней отмечалось, что монопольной позиции можно добиться посредством конкуренции и предпринимательства. И интересно посмотреть как авторы, отмечавшие это, трактуют этот феномен. Давным-давно в несколько сбивающем с толку отрывке Шумпетер обсудил случай, в котором новая предпринимательская комбинация представляет собой трест, защищенный от внешней конкуренции. «Учреждение монополистической организации есть функция предпринимателя, а ее «продукт» находит свое выражение в предпринимательской прибыли. Функционируя, организация получает избыточный доход, но теперь он вменяется тем естественным и социальным факторам, которые образуют фундамент монополии, отныне он становится монопольной прибылью. С практической точки зрения учредительская прибыль и постоянный доход также различные вещи: учредительская прибыль -- это ценность монополии, а постоянный избыточный доход -- продукт монополистических отношений на рынке» <Шумпетер. Теория экономического развития, с. 302 -- 303. Триффин истолковывает этот отрывок как проведение границы между "монопольной прибылью" и "монопольным доходом" (Triffin. Monopolistic Competition, p. 163)>. Этот отрывок, по-видимому, проводит различие между тем, что происходит в момент, когда трест образуется и что происходит после этого. Образование треста является прибыльным предпринимательским действием, приносящим немедленную прибыль (которая представляет собой капитализированную ценность будущего потока монопольных доходов, генерируемого трестом). Последний поток монопольных доходов просто является нормальной отдачей на ресурсы и социальную организацию, сделавшую возможными эти доходы. Много позже Шумпетер ссылается на возможность "элемента подлинно монопольного дохода в той предпринимательской прибыли, которая является вознаграждением, предлагаемым капиталистическим обществом удачливому новатору" <Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия, с. 148>. Но здесь, видимо, он имеет в виду часть совокупной предпринимательской прибыли, возникающей вследствие монопольного положения (возможного благодаря запатентованному нововведению). С другой стороны, Самуэльсон, по-видимому, признавал, что там, где существует свободный доступ к возможности получения монопольной прибыли (с помощью запатентованного нововведения), доход полученный ех post как монопольная прибыль, с точки зрения ex ante является просто стимулом творческих предпринимательских инноваций <Samuelson P.A. Intertemporal Price Equilibrium: A Prologue to the Theory of Speculation // Weltwinschaftliches Archiv 79 (December 1957), p. 210>.

Чрезвычайно ясное понимание роли предпринимательской конкуренции в достижении уникального (если не монопольного) положения представлено Хефлебауером. В своем обсуждении характерных рыночных позиций фирм, Хефлебауер подчеркивает, что позиция фирмы определяет вид деятельности, которым она способна заниматься, и заключает в себе отличительные свойства приобретенных в прошлом навыков и удачи <Heflebower R.S. The Theory and Effects of Nonprice Competition, pp. 188 -- 190>. "Как только достигается сильная позиция выделившегося продавца, она становится похожа на хорошо спроектированное укрепление; если она поддерживается и приспосабливается к развитию практичных средств защиты, те, кто бросают ей вызов, должны иметь намного превосходящие силы нападения".

Результаты, полученные нами в ходе нашего обсуждения долгосрочных и краткосрочных интерпретаций монополии, а также по ходу анализа литературы о конкурентном приобретении превосходящей позиции, существенно обогащают понимание характера предпринимательско-конкурентного рыночного процесса. В любой данный момент времени рынок представляет собой совокупность вкусов потребителей, модель владения ресурсами и гамму технологических возможностей (посредством которых ресурсы можно использовать для того, чтобы удовлетворить желания потребителей). При наличии несовершенного знания неизбежно, что в данный период времени модель сделок и производственных процессов, реализуемых на рынке, не способна полностью отразить реальности рынка. Разочарование и сожаление, порождаемые рыночным опытом (когда планы производства и потребления наталкиваются на реальные факты рынка) заставляют вносить изменения в эти планы. Направление изменений в планах, к которым принуждаются участники рынка, определяется бдительностью предпринимателей, осознавших существование еще неиспользованных прибыльных возможностей или потерю потенциала существующих моделей деятельности. До тех пор пока вход на рынок свободный, эта конкурентно-предпринимательская деятельность приводит к постоянному изменению качества продукции, методов производства и моделей приобретения ресурсов, посредством изменения цен, предлагаемых и запрашиваемых предпринимателями.

Как со всей очевидностью явствует из третьей главы, этот рыночный процесс является конкурентным в том смысле, что каждая возможность (покупки или продажи), наличие которой на рынке обеспечивает принимающий решения субъект, предлагается с абсолютной "предпринимательской" убежденностью в том, что должно существовать нечто более привлекательное, чем возможности, которые скорее всего будут предложены другими. Как мы видели, при наличии свободного доступа к любым ресурсам ход рыночного процесса, порожденного предпринимательской конкуренцией, будет управляться скоростью, с которой различные бдительные предприниматели узнают о конкурирующих возможностях, которые они должны превзойти. В качестве особой ситуации мы обсуждали искажения, вносимые в этот процесс монопольной собственностью на ресурс. Мы исследовали способ, которым такая собственность может породить модель производства, сознательно недоиспользующую монополизированный ресурс, направляя ход конкурентной предпринимательской деятельности по другим каналам.

Признание необходимости рассмотрения монопольных ситуаций не только с краткосрочной точки зрения, но также и в долгосрочной перспективе, помогает нам лучше понять конкурентно-предпринимательский процесс. В третьей главе мы представляли монопольные ситуации как результат "данного" необъяснимого естественного распределения собственности на ресурсы. Теперь мы видим, что ход предпринимательской конкуренции сам постоянно порождает по крайней мере временные модели владения ресурсами, впоследствии препятствующие предпринимателям немедленно скопировать прибыльное производство, открытое самыми бдительными предпринимателями. Там, где (в большинстве случаев) получаемое таким путем монопольное владение ресурсами является лишь временным, долгосрочный взгляд рисует абсолютно конкурентную картину, когда временная прибыль, получаемая самыми бдительными предпринимателями, обязательно привлекает подражателей, которые рано или поздно выдавливают всю прибыль. (В краткосрочной перспективе этот случай представляет бдительного предпринимателя как получающего выгоду от своего временного монопольного положения <в литературе временная монополия часто определяется как "краткосрочная монополия". См., например, Шумпетер. Капитализм, социализм и демократия, с. 145, 102>, которое он может эксплуатировать до тех пор, пока сохраняется его уникальность.) Там, где бдительный предприниматель добился постоянного контроля над правами на весь запас ресурса, мы имеем возможность постоянной ресурсной монополии (с постоянной монополией на соответствующие производственные процессы), которую, несмотря на иммунитет к устраняющему прибыль подражанию конкурирующих предпринимателей, все же следует признать результатом конкурентного предпринимательства. Поэтому и с позитивной точки зрения, и (как мы увидим в следующей главе) с нормативной точки зрения необходимо учитывать многогранность рыночных явлений, в зависимости от принятой "длины периода".

Все вышесказанное подчеркивает существенную черту процесса сопернической конкуренции (в отличие от "конкурентного состояния" ортодоксальной теории равновесия). Суть этого процесса заключается в осознании возможности получить временно благоприятную позицию (посредством перераспределения в использовании ресурсов). "Временность" преимущества, предлагаемого любой предпринимательской возможностью, может, однако, варьировать в широких пределах. На одном конце спектра "временности" находится скоротечная прибыльная возможность, которая, будучи замеченной и использованной, почти немедленно копируется массой других предпринимателей, так что все ее "преимущества" выжимаются почти мгновенно. Если никакие ресурсы не "контролируются" (дольше, чем время, необходимое другим предпринимателям, чтобы понять что происходит), процесс вообще не обнаруживает каких бы то ни было элементов монополии <сравните утверждения в литературе, связывающие любые предпринимательские нововведения с монополией, например: Knight F.H. An Appraisal of Economic Change: Discussion // American Economic Review 44 (May 1954), p. 65. См. также гл. 3, раздел "Смысл монополии".>. Выгодные положения несколько меньшей степени временности можно представить, если удлиняется время необходимое для мобилизации ресурсов, требующихся для подражания. В зависимости от технологии производства, рыночных условий приобретения ресурсов и психологии потребительского спроса, конкурирующие предприниматели могут обнаружить, что даже после того, как они открыли секрет успеха предпринимателя-первопроходца, его рывок обеспечил ему иммунитет от их подражания на протяжении периодов различной продолжительности. Рано или поздно предпринимательский процесс пробьет себе дорогу; прибыли рано или поздно истощатся. В этих случаях то, что мы назвали краткосрочным монопольным положением, также окажется всего лишь временным. Только на другом конце спектра, где преимущества, обеспеченные себе бдительным предпринимателем, дают ему постоянный контроль над необходимым ресурсом, явление, которые о мы назвали краткосрочной монополией, можно также охарактеризовать как постоянное. Соперническая конкуренция заключается в использовании временных преимуществ. Сложность реального мира производства объясняется ошеломительным разнообразием возможных ситуаций, сопровождающихся предпринимательскими позициями с преимуществами столь различной степени временности. Постижение функционирования предпринимательской конкуренции через это переплетение требует осознания не только временности предпринимательского преимущества, но и разницы между краткосрочным и долгосрочным пониманием рыночного процесса.

Тем самым данное рассуждение усиливает мою неудовлетворенность трактовкой в рамках ортодоксальной теории цены (особенно в разделе "Теория монополистической конкуренции") таких явлений, как реклама, дифференциация продукта, потребности в капитале в качестве инструментов блокирования входа на рынок. Как я уже отмечал в более ранних главах, эти феномены почти неизменно определялись как монополистические элементы рынка. Мы же настаивали, что реклама и дифференциация продукта представляют собой стратегическое оружие в конкурентном арсенале соперничающих предпринимателей. Овладение преимущественной предпринимательской позицией посредством рекламы или других методик дифференциации продукта предпринимается ими, когда они еще не находятся в преимущественном положении, и тем самым является абсолютно конкурентным. Обретаемое таким образом временное преимущество является конкурентным не просто при "долгосрочном" взгляде на процесс; оно конкурентно и в дальнейшем, в том смысле, что конкуренты, как только узнают о возможностях, обеспечиваемых этими технологиями, могут немедленно принять в них участие -- и тем самым их устранить. (Более того, там где были сделаны первоначальные инвестиции в товарно-материальные запасы или специализированное производственное оборудование, продажа может рассматриваться как форма "краткосрочного" использования неадаптируемого капитала.)

Крупномасштабная потребность в капитале часто упоминается в качестве инструмента блокирования входа на рынок и тем самым мощной основой монополии <обсуждение см.: Bain J. Barriers to New Competition. -- Cambridge: Harvard University Press, 1956, chaps 3, 5. См. также: Stigler G.J. Imperfection in the Capital Market // Journal of Political Economy 75 (June 1967), pp. 287 -- 292>. Для нас эта потребность представляет собой временное преимущество существующих фирм как результат бесплатности неадаптируемого капитала и времени, необходимого, чтобы аккумулировать конкурирующий капитал. Кроме того, мы настоятельно требуем учитывать тот факт, что находящиеся в выигрышном положении фирмы, в свое время занявшиеся аккумулированием ныне неадаптируемого капитала, сделали это, не имея предварительных преимуществ. Не только конкуренция новых фирм (даже со значительной экономией от масштаба) рано или поздно заставит укоренившиеся фирмы следовать политике, ведущей к устранению прибыли, но и временное преимущество фирмы-первопроходца будет признано (в долгосрочном плане) возникающим в результате абсолютно конкурентного предпринимательства, продемонстрированного дальновидными пионерами. В главе шесть мы обратимся к нормативному рассмотрению некоторых вопросов, появившихся в связи с пониманием, обретенным нами в настоящей главе.