

УДК 339.137.2

Фридрих фон Хайек¹, английский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике 1974 года, dborsuk@mfa.ru

СМЫСЛ КОНКУРЕНЦИИ

Настоящая работа воспроизводит основное содержание лекции, прочитанной в Принстонском университете 20 мая 1946 г. Впоследствии она была включена в книгу «Индивидуализм и экономический порядок». В работе автор критикует неоклассический подход к теории конкуренции, а следующая цитата наиболее полно передает ее содержание: «... то, о чем идет речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться “конкуренцией” ... если бы допускаемое теорией совершенной конкуренции положение вещей существовало всегда, оно не только не оставило бы места всем видам деятельности, описываемым глаголом “конкурировать”, но и сделало бы их, в сущности, невозможными».

Ключевые слова: конкуренция, реальная конкуренция, совершенная конкуренция, функция конкуренции, теория конкуренции, теория конкурентного равновесия

1

Появились признаки растущего осознания экономистами того, что предмет их споров последних лет по име-

ни «конкуренция» — это не то же самое, что называется так на обыденном языке. Однако, хотя предпринимались некоторые смелые попытки вернуть обсуждение обратно на землю и направить внимание на проблемы реальной жизни, особенно Дж. М. Кларком и Ф. Махлу-

¹ ХАЙЕК (Науек), Фридрих фон (8 мая 1899 г. — 23 марта 1992 г.) На протяжении 20-х гг. Хайек опубликовал большое число статей по торговому циклу, монетарной теории и экономической политике. Согласно Хайеку, существует равновесная структура образования капитала. В период экономического подъема (как это было в конце 20-х гг.) происходит принудительное сбережение, обусловленное кредитной экспансией (даже при условии неизменности уровня цен), что ведет к увеличению запасов капитала сверх желаемых размеров. Рано или поздно это перенакопление капитала по сравнению с добровольными сбережениями приводит к кризису. Концепция Хайека предвосхитила монетаристское объяснение Великой депрессии. Другим существенным вкладом Хайека в экономическую теорию стала его книга «Чистая теория капитала» («The Pure Theory of Capital»), опубликованная в 1941 г.

Книга Хайека «Дорога к рабству» («The Road to Serfdom», 1944 г.) явилась его атакой на социализм. Опираясь аргументами из области политики, Хайек адресовал ее обычному читателю. Он утверждал, что демократические правительства, которые воспринимали такие социалистические цели, как равное

распределение дохода, и такую социалистическую тактику вмешательства в рыночные отношения, как установление контроля над ценами, с неизбежной обреченностью превращались в тоталитарные режимы. Точно так же любые попытки ввести конкурентные рынки в тоталитарном государстве в конечном счете вызовут политические потрясения, т. к. свобода выбора, лежащая в основе рынка, несовместима с авторитарными целями.

Хайек разделил Премию памяти Нобеля 1974 г. по экономике с Гуннаром Мюрдалем (шведский экономист, политик и международный деятель, лауреат Нобелевской премии по экономике 1974 г.) «за основополагающие работы по теории денег и глубокий анализ взаимозависимости экономических, социальных и институциональных явлений».

Кроме Нобелевской премии, Хайек получил много других наград, включая медаль за достижения в науках и искусстве от австрийского правительства (1976 г.). Он является членом Британской академии, Австрийской академии наук, Аргентинской академии экономических наук. Ему присвоено также большое число почетных ученых степеней и званий.

пом², похоже все-таки, что понятие конкуренции, используемое сегодня экономистами, считается всеми важным, а представление о ней делового человека рассматривается как заблуждение. По-видимому, широко распространено мнение, что так называемая теория совершенной конкуренции дает подходящую модель для оценки эффективности конкуренции в реальной жизни и что в той мере, в какой реальная конкуренция отклоняется от этой модели, она является нежелательной и даже вредной.

Мне подобная установка представляется малооправданной. Я попытаюсь показать, что то, о чем идет речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться «конкуренцией» и что выводы из этой теории не могут принести почти никакой пользы в качестве руководства для политики. Причина, как мне кажется, кроется в том, что эта теория везде предполагает уже существующим то положение вещей, на создание которого (или приближение к нему) — согласно давнему, но более верному подходу — устремлен процесс конкуренции. И если бы допускаемое теорией совершенной конкуренции положение вещей существовало всегда, оно не только не оставило бы места всем видам деятельности, описываемым глаголом «конкурировать», но и сделало бы их, в сущности, невозможными.

Если бы дело касалось только употребления слова «конкуренция», это не имело бы серьезного значения. Но все выглядит так, как будто почти все экономисты из-за подобного специфического словоупотребления внушили самим себе и другим ложное представление, будто, рассматривая «конкуренцию», они что-то говорят о природе и значении процесса, с помощью которого возникает положение вещей, существование которого ими просто предполагается.

Фактически же эта движущая сила экономической жизни почти не обсуждается.

Я не хочу сколько-нибудь подробно рассматривать здесь те причины, которые завели теорию конкуренции в столь курьезное положение. Как я говорил, тавтологический метод, подходящий и незаменимый для анализа индивидуальных действий, в данном случае был, по-видимому, незаконно распространен на проблемы, где нам приходится иметь дело с некоторым социальным процессом, когда решения множества индивидов влияют друг на друга и неизбежно следуют друг за другом во времени. Экономический расчет (чистая логика выбора), имеющий дело с проблемами первого рода, состоит из аппарата по классификации возможных человеческих установок (*attitudes*) и дает нам технику описания взаимосвязей различных частей одного плана. Его выводы подразумеваются его допущениями: желания и знание фактов, одновременное присутствие которых предполагается в каком-то одном уме, предопределяют единственность решения. Отношения, рассматриваемые в анализе такого типа, есть логические отношения, касающиеся только выводов, которые для разума планирующего индивида вытекают из заданных предпосылок.

Однако, сталкиваясь с ситуацией, когда множество лиц пытаются разрабатывать свои разрозненные планы, мы не можем более предполагать, что данные одинаковы для всех этих планирующих умов. Проблема начинает касаться того, как «данные» различных индивидов, на основе которых они строят свои планы, приспособляются к объективным фактам из их окружения (включающего и действия других людей). И хотя при решении проблем этого типа мы все еще должны применять выработанную нами технику для быстрого выведения следствий из заданного набора данных, нам предстоит теперь иметь дело не просто с несколькими отдельными наборами данных различных лиц, но также — а это куда важнее — с процессом, обязательно включающим непрерывные изменения в дан-

² Clark J. M. *Toward a Concept of Workable Competition* // *American Economic Review*. Vol. XXX (June, 1940); Machlup F. *Competition, Monopoly and Profit* // *Economica*. Vol. IX (new ser.; February и May, 1942).

ных у разных индивидов. Как я уже говорил ранее, причинный фактор входит сюда только тогда, когда речь заходит об обретении нового знания различными индивидами и об изменениях в имеющихся у них данных вследствие контактов между ними.

Связь всего этого с интересующей меня здесь проблемой станет очевидна, если вспомнить, что современная теория конкуренции имеет дело почти исключительно с состоянием, именуемым «конкурентным равновесием», когда предполагается, что данные разных индивидов полностью взаимосогласованы друг с другом, тогда как проблема, требующая объяснения, касается природы процесса, порождающего такое взаимосогласование данных. Иными словами, модель конкурентного равновесия даже не пытается говорить, что если мы обнаруживаем такие-то и такие-то условия, то из них будут вытекать такие-то и такие-то следствия, но ограничивается определением условий, в которых ее выводы уже неявно содержатся и которые предположительно могут существовать, но о которых она ничего не сообщает, как они вообще могли возникнуть. Или, предвосхищая в одной фразе наш главный вывод: конкуренция по своей природе есть динамический процесс, неотъемлемые особенности которого отбрасываются допущениями, лежащими в основании статического анализа.

2

То, что современная теория конкурентного равновесия допускает существование такого состояния, тогда как действительное объяснение должно показывать, как оно возникает в результате процесса конкуренции, лучше всего видно из списка условий, который приводится в любом современном учебнике. Большая часть этих условий, между прочим, не только лежит в основании анализа «совершенной» конкуренции, но и равно допускается при обсуждении разнообразных «несовершенных» или «монопалистических» рынков, где на всем про-

тяжении анализа предполагаются определенные нереалистические «совершенства» (особенно предположения, что единая цена всегда должна быть правилом на всем рынке данного товара и что продавцам известна форма кривой спроса). Однако для нашей непосредственной задачи теория совершенной конкуренции будет представлять наиболее поучительный случай.

Хотя разные авторы могут по-разному формулировать список важнейших условий совершенной конкуренции, приводимый мною перечень, вероятно, более чем достаточен для нашей задачи, поскольку, как мы убедимся, эти условия в действительности не существуют независимо друг от друга. Согласно общепринятой точке зрения, совершенная конкуренция предполагает:

- однородность товаров, которые предлагаются и на которые предъявляется спрос большим числом достаточно мелких продавцов и покупателей; однако никто из них не рассчитывает оказать своими действиями заметного влияния на цену;
- свободное вступление на рынок и отсутствие других ограничений на движение цен и ресурсов;
- полное знание значимых (relevant) факторов всеми участниками рынка.

На данной стадии не будем спрашивать, для чего именно требуются эти условия или что подразумевается, когда они принимаются как данные. Однако нам надо еще поинтересоваться их значением, обратившись для этого к третьему условию, которое является критическим и в то же время туманным. Обладание совершенным знанием обо всем, что влияет на рынок, всеми его участниками явно не может быть нормой. Я не буду вдаваться здесь в известный парадокс о парализующем воздействии, которое оказало бы на всю деятельность вообще совершенное знание и предвидение³. Очевидно, что ничего не реша-

³ См.: *Morgenstern O. Vollkommene Voraussicht und wirtschaftliches Gleichgewicht // Zeitschrift für National konomik. Vol. VI. 1935.*

ется, когда мы допускаем, что все знают всё, и реальная проблема состоит в том, как можно достичь состояния, при котором будет использоваться максимально возможный объем имеющихся данных. Вопрос, встающий перед конкурентным обществом, заключается не в том, как мы можем «найти» людей, которые всё знают лучше всех, но, скорее, в том, какое институциональное устройство необходимо для того, чтобы неизвестные лица, обладающие более всего подходящим для той или иной задачи знанием, с наибольшей вероятностью привлекались для ее решения. Нам, однако, надо еще спросить: какого рода знание, как предполагается, находится в распоряжении участников рынка?

Если рассмотрим рынок каких-то готовых потребительских товаров и начнем с положения их производителей, или продавцов, то обнаружим прежде всего, что производителям, как предполагается, известны самые низкие издержки, с которыми можно выпускать такой товар. Однако такое знание, предположительно являющееся данным, и составляет один из главных пунктов, где факты будут открываться только через процесс конкуренции. Мне представляется это одним из важнейших случаев, когда теория конкурентного равновесия уже в своей отправной точке отбрасывает главную задачу, решить которую способен только процесс конкуренции.

Достаточно схожую позицию она занимает и по второму пункту, предполагая, что производители полностью информированы о стремлениях и желаниях потребителей, включая информацию о том, на какие виды товаров и услуг они предъявляют спрос, а также о ценах, какие они готовы уплачивать. Все это, строго говоря, нельзя считать данными фактами, а следует рассматривать как проблемы, подлежащие решению с помощью процесса конкуренции.

Аналогичная ситуация и с потребителями, или покупателями. Опять-таки неправомерно допускать, что знание, которым они предположительно должны обладать при конкурентном равновесии, находится в их

распоряжении еще до начала процесса конкуренции. Их знание об имеющихся альтернативах есть результат того, что происходит на рынке, таких видов деятельности, как реклама и т. д. Вся организация рынка служит прежде всего потребности в распространении информации, на основании которой должен действовать покупатель.

Своеобразие допущений, с которых начинается теория конкурентного равновесия, проступит особенно отчетливо, если спросить: какие виды деятельности, к которым обычно прилагается глагол «конкурентировать», окажутся еще возможны, если все эти условия будут удовлетворены? Стоит, вероятно, вспомнить, что, по д-ру Джонсону, конкуренция есть «старание получить то, что кто-то другой старается получить в это же самое время». Так сколько же средств, служащих этим целям в повседневной жизни, еще останется продавцу на рынке, где господствует так называемая совершенная конкуренция? Я убежден, что ответ: ровно ни одного. Реклама, сбивание цен и улучшение («дифференциация») производимых товаров и услуг — все это исключено по определению; совершенная конкуренция и в самом деле означает отсутствие всякой конкурентной деятельности.

Особенно примечательно здесь явное и полное исключение из теории совершенной конкуренции всех личных отношений, существующих между участниками⁴. В реальной жизни наше неполное знание об имеющихся в наличии товарах и услугах компенсируется опытом общения с лицами или фирмами, поставляющими их, — такая конкуренция во многом есть конкуренция ради поддержания репутации или демонстрации доброй воли — и это является одним из важнейших факторов, позволяющих нам ре-

⁴ Сравните: «Экономические отношения никогда не бывают вполне конкурентными, если они включают какие-либо личные отношения между экономическими агентами» (Stigler G. J. *The Theory of Price* (1946). P. 24). См. также: *Ibid.* P. 226.

шать свои повседневные проблемы. Функция конкуренции в этом случае состоит именно в том, чтобы показать нам, кто нас хорошо обслуживает: от какого бакалейщика или туристического агентства, от какого универмага или отеля, от какого врача или адвоката мы могли бы ожидать наиболее удовлетворительного решения любой конкретной проблемы, с которой можем столкнуться. Очевидно, что во всех этих областях конкуренция может быть очень напряженной именно потому, что услуги различных фирм или лиц никогда не будут абсолютно одинаковыми. Благодаря именно такой конкуренции уровень нашего обслуживания может быть высок настолько, насколько это встречается в реальной жизни. Причины, по которым конкуренция в этой области считается несовершенной, не имеют в действительности никакого отношения к конкурентному характеру деятельности этих людей; они кроются в природе самих этих товаров или услуг. Если какие-то два врача не являются абсолютно одинаковыми, это означает не то, что конкуренция между ними носит менее напряженный характер, а просто то, что никакая степень конкуренции между ними не даст точно таких же результатов, как это было бы в случае полного подобию их услуг. И дело тут не просто в словах. За разговорами о недостатках конкуренции — тогда как на самом деле речь должна идти о неизбежных различиях между товарами и услугами — кроется весьма серьезное смешение понятий, ведущее подчас к абсурдным выводам.

Хотя на первый взгляд предположение о совершенном знании, имеющемся в распоряжении участников, может показаться наиболее поразительным и искусственным из всех допущений, лежащих в основании теории совершенной конкуренции, на деле оно может быть не более чем следствием, частично даже оправданным, другой предпосылки, из которой она исходит. Если только мы начнем с допущения, что множество людей производят одинаковый товар и имеют в своем распоряжении одинаковые объективные

средства и возможности для этого, тогда действительно может оказаться вероятным (хотя, насколько мне известно, попыток установить это никогда не предпринималось), что со временем они все придут к овладению большинством фактов, релевантных для вынесения оценок на рынке данного товара. Всякий производитель не только познает из опыта те же самые факты, что и любой другой, но и поймет, что известно его собратьям, а следовательно, узнает эластичность спроса на свой продукт. Ситуация, когда разные производители выпускают идентичный продукт в идентичных условиях, является действительно наиболее благоприятной для приведения их знаний в состояние, потребное для совершенной конкуренции. Для этого, по-видимому, достаточно, чтобы товары могли быть идентичными только в смысле, единственно значимом для понимания человеческой деятельности, т. е. чтобы люди одинаково их воспринимали и, кроме того, чтобы возможно было обеспечить некий набор физических условий, благоприятствующих всем, кто, будучи вовлечен в круг тесно взаимосвязанных видов деятельности, занят выяснением фактов, релевантных для их решений.

Как бы то ни было, ясно, что обстоятельства не всегда будут настолько благоприятны для получения результата, достижимого в том случае, когда множество людей, по крайней мере, потенциально способны производить одинаковый товар. В общем-то представление об экономической системе, разделенной на различные рынки отдельных товаров, во многом есть плод воображения экономистов, и это, безусловно, не является правилом в обрабатывающей промышленности и сфере личных услуг, на которые так часто ссылались в спорах о конкуренции. В самом деле, вряд ли надо говорить, 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 ее решению.

Убежденность в преимуществах совершенной конкуренции часто заставляет ее энтузиастов даже доказывать, что можно добиться лучшего использования ресурсов, если сузить существующее разнообразие продуктов путем обязательной стандартизации. Так вот, несомненно, во многих сферах есть что сказать в защиту вспомогательной стандартизации на основе согласованных рекомендаций или стандартов, которые должны применяться, если только контракты в явной форме не предусматривают иных условий. Однако это совершенно отличается от требований тех, кто считает, что надо пренебречь разнообразием людских вкусов и пресечь непрекращающееся экспериментирование с усовершенствованиями, дабы обрести преимущества совершенной конкуренции. Очевидно, что не произошло бы никакого улучшения, если бы все дома стали строить в точности одинаковыми, чтобы создать совершенный рынок жилья; то же верно и в отношении большинства других сфер, где различия между отдельными продуктами не дают конкуренции возможности вообще когда-либо стать совершенной.

3

Вероятно, мы больше узнаем о природе и смысле конкурентного процесса, если забудем на время об искусственных допущениях, лежащих в основе теории совершенной конкуренции, и спросим, будет ли конкуренция менее важна, если, например, никакие два товара никогда не будут полностью одинаковыми. Если бы не сложности анализа подобной ситуации, стоило бы подробно рассмотреть случай, когда разные товары нельзя легко расклассифицировать по отдельным группам и мы должны иметь дело с непрерывным рядом близких заменителей, где каждая единица несколько отличалась бы от другой, но без каких-либо заметных разрывов в этом ряду. Результаты анализа конкуренции

в такой ситуации имели бы во многих смыслах больше отношения к условиям реальной жизни, нежели конкуренции в какой-то одной отрасли, производящей однородный товар, резко отличный от всех прочих товаров. Или же, если случай, где никакие два товара не являются одинаковыми, представляется слишком крайним, мы могли бы обратиться хотя бы к ситуации, где никакие два производителя не выпускают в точности одинаковые товары, что является правилом не только для всех личных услуг, но и для рынков многих товаров обрабатывающей промышленности — например, для рынков книг или музыкальных инструментов.

Для нашей нынешней задачи мне нет нужды предпринимать сколько-нибудь полный анализ рынков такого типа, но следует просто спросить: какой была бы на них роль конкуренции? Хотя результат был бы, конечно, неопределенным в весьма широких пределах, рынок все-таки порождает бы набор цен, по которым каждый товар продавался бы достаточно дешево, чтобы вытеснить близкие потенциальные заменители. И само по себе это вовсе не мелочь, если мы примем во внимание непреодолимые сложности создания хотя бы такой системы цен любым другим методом, помимо проб и ошибок на рынке, когда индивидуальные участники постепенно познают релевантные для них факты. Конечно, верно, что на таком рынке соответствия между ценами и предельными издержками следует ожидать только в той мере, в какой эластичность спроса на отдельные товары приближается к условиям, предполагаемым теорией совершенной конкуренции, или в какой эластичность замещения между различными товарами приближается к бесконечности. Но все дело в том, что в данном случае абсолютно нелепо считать такой эталон совершенства желательным или ставить целью его достижение. Основой для сравнения при вынесении суждений о достижениях конкуренции не может служить ситуация, которая не согласуется с объективными фактами и которую нельзя создать никакими извест-

ными средствами. Это должна быть ситуация, которая сложилась бы, если бы конкуренции помешали действовать. Критерием должно быть не приближение к недостижимому и бессмысленному идеалу, а усовершенствование условий, которые существовали бы без конкуренции.

Как отличались бы условия в ситуации «свободной» в традиционном смысле конкуренции от условий, которые бы существовали, например, если бы только людям с лицензией от властей было разрешено производить определенные товары, или если бы цены устанавливались властями, или и то и другое вместе? Ясно, что не только не было бы никаких шансов на то, чтобы различные товары стали производить те, кто лучше всех знает, как это делать, и потому может производить их с наименьшими издержками. Не было бы шансов и на то, чтобы все те вещи, которые понравились покупателям больше всего при наличии выбора, вообще стали производиться. Была бы очень слабая связь между наблюдаемыми ценами и наименьшим уровнем издержек, при котором кто-то мог бы производить эти товары. Действительно, альтернативы, между которыми могли бы выбирать как производители, так и потребители, т. е. имеющиеся у них «данные», полностью отличались бы от тех, что они имели бы при конкуренции.

Реальная проблема состоит здесь не в том, получим ли мы данные товары и услуги при данных предельных издержках, но прежде всего в том, посредством каких товаров и услуг потребности людей могут быть удовлетворены с наименьшими затратами. Решение экономической проблемы общества в этом смысле есть всегда разведка, путешествие в неведомое, попытка открыть новые способы делать вещи лучше, чем их делали прежде. И так должно оставаться всегда, пока вообще есть какие-либо нерешенные экономические проблемы, поскольку все экономические проблемы порождаются непредвиденными изменениями, вызывающими необходимость адаптации. Новых

решений требует только то, что мы не предвидели и к чему не подготовились. Если бы не нужны были никакие адаптации, если бы в какой-то момент мы поняли, что всякое изменение прекратилось и всё будет всегда идти точно так, как теперь, не осталось бы больше никаких требующих решения вопросов об использовании ресурсов.

Человек, который владеет исключительным знанием или мастерством, позволяющим ему снизить издержки производства товара на 50 %, уже оказывает громадную услугу обществу, если приступает к его производству и снижает цену лишь на 25 %, — не только этим снижением цены, но и дополнительной экономией затрат. Но только благодаря конкуренции мы можем предполагать, что такая возможная экономия затрат будет достигаться. Даже если бы в каждом случае цены были достаточно низки для удержания в стороне производителей, не обладающих теми или иными сопоставимыми преимуществами, так что каждый товар производился бы настолько дешево, насколько это возможно, хотя при этом многие из них продавались бы по ценам значительно выше издержек, даже такого результата, вероятно, нельзя было бы достичь никаким другим способом, кроме как разрешив действовать конкуренции.

4

То, что в реальных условиях едва ли когда-либо отыщется хотя бы пара производителей, находящихся в одинаковом положении, объясняется фактами, которые теория совершенной конкуренции отбрасывает, сосредоточиваясь на долгосрочном равновесии, которого никогда нельзя достичь в вечно меняющемся мире. В любой данный момент характер оборудования какой-либо конкретной фирмы всегда в значительной мере предопределен исторической случайностью, и проблема в том, как добиться наилучшего использования фирмой данного оборудования (а также приобретенных навыков ее работников), а не в том, как ей сле-

довало бы поступать, если бы ей предоставили неограниченное время на приспособление к постоянным условиям. К проблеме наилучшего использования долговечных, но истощаемых ресурсов долгосрочная цена равновесия, которой призвана заниматься теория совершенной конкуренции, не имеет никакого отношения. Поглощенность этой моделью ведет к политическим выводам, которые в высшей степени ошибочны и даже опасны. Идея, что при совершенной конкуренции цены должны быть равны долговременным издержкам, часто приводит к одобрению таких антисоциальных популяционных, как требование «упорядоченной конкуренции», обеспечивающей справедливую прибыль на капитал, и уничтожения избыточных производственных мощностей. Энтузиазм по поводу совершенной конкуренции в теории, на удивление, часто совмещается с поддержкой монополии на практике.

Это, однако, лишь один из многих вопросов, где пренебрежение фактором времени бесконечно отдаляет теоретическую картину совершенной конкуренции от всего, что важно для понимания процесса конкуренции. Если мы представляем его себе, как и подобает, в виде последовательности событий, то становится еще более очевидно, что в реальной жизни в любой момент времени будет, как правило, только один производитель, изготавливающий определенное изделие с самыми низкими издержками и фактически продающий его по цене ниже издержек своего ближайшего конкурента, но которого при попытке увеличить свою долю рынка зачастую догонит кто-нибудь еще, кому, в свою очередь, помешает захватить весь рынок кто-то другой, и т. д. Ясно, что такой рынок никогда не будет в состоянии совершенной конкуренции, хотя конкуренция на нем не только может быть предельно интенсивной, но и служить важнейшим условием, благодаря которому изделие во всякое время будет поставляться потребителю настолько дешево, насколько этого можно достичь каким бы то ни было из известных нам методов.

Когда мы сравниваем «несовершенный» рынок, как этот, с относительно «совершенным» рынком, как, скажем, рынок зерна, нам легче выявить разграничение, лежащее в основе всех наших рассуждений, — разграничение между основополагающими объективными фактами ситуации, которую нельзя изменить с помощью человеческой деятельности, и характером конкурентной деятельности, посредством которой люди приспосабливаются к ситуации. Там, где, как во втором случае, мы имеем высокоорганизованный рынок выпускаемого многими производителями полностью стандартизованного товара, есть мало нужды или простора для конкурентной деятельности, поскольку положение таково, что условия, порождаемые такой деятельностью, наличествуют уже с самого начала. Лучшие способы изготовления товара, его особенности и способы его употребления большую часть времени известны почти в равной степени всем участникам такого рынка. Информация о каком-либо серьезном изменении распространяется так быстро и приспособление к нему осуществляется так скоро, что мы обычно просто не обращаем внимания на то, что происходит в этот короткий переходный период, и ограничиваемся сопоставлением двух положений почти-равновесия, существующих до и после него. Однако именно во время этих коротких и игнорируемых интервалов действуют и становятся видимыми силы конкуренции, и нам надо изучать события именно в этом промежутке, если мы хотим «объяснить» следующее за ним равновесие.

Только на рынке, где адаптация происходит медленно по сравнению со скоростью изменений, процесс конкуренции идет непрерывно. И хотя причина медленной адаптации может заключаться в слабости конкуренции, т. е. в том, что существуют специфические препятствия к вступлению на рынок или другие факторы типа естественных монополий, медленная адаптация никоим образом не подразумевает непременно слабую конкуренцию. Когда разнообразие близких

заменителей велико и быстро меняется, так что требуется много времени на выяснение относительных достоинств имеющихся вариантов, или когда потребность в целом классе товаров или услуг возникает лишь с перерывами, через нерегулярные промежутки времени, адаптация должна быть медленной, даже если конкуренция сильна и активна.

Путаница между объективными условиями ситуации и характером человеческой реакции на нее, похоже, скрывает от нас то существенное обстоятельство, что конкуренция тем важнее, чем сложнее или «несовершеннее» объективные условия, в которых ей приходится действовать. Действительно, отнюдь не считая конкуренцию полезной только тогда, когда она «совершенна», я склонен утверждать, что она нигде так не необходима, как в тех сферах, где характер товаров или услуг, в принципе, не дает возможности создать совершенный рынок в теоретическом смысле. Неизбежные реальные несовершенства конкуренции являются аргументом против конкуренции не более, чем сложности в достижении идеального решения любой другой задачи — аргументом против попыток вообще ее решать или плохое здоровье — аргументом против здоровья.

В ситуации, при которой никогда нельзя иметь множество людей, предлагающих те же самые однородные товар или услугу из-за вечно меняющегося характера наших потребностей и наших знаний или из-за бесконечного разнообразия человеческих навыков и способностей, условием идеального состояния не может считаться идентичность больших масс таких товаров и услуг. Экономическая проблема — это проблема наилучшего использования имеющихся у нас ресурсов, а не проблема того, как нам следовало бы поступать, если бы ситуация отличалась от той, что есть на самом деле. Нет смысла говорить об использовании ресурсов, «как будто» совершенный рынок существует — если это означает, что ресурсы должны были бы быть иными, чем они есть, — или обсуждать, что сделал бы

кто-нибудь, обладай он совершенным знанием, если наша задача — обеспечить наилучшее использование знаний, которыми обладают реально существующие люди.

5

Аргумент в пользу конкуренции не опирается на условия, которые существовали бы, будь она совершенной. Хотя там, где объективные обстоятельства позволили бы конкуренции достичь совершенства, это тоже обеспечило бы наиболее эффективное использование ресурсов, и хотя, следовательно, есть все основания для устранения созданных человеком препятствий на пути конкуренции, это не означает, что она не приводит к столь же эффективному использованию ресурсов, которого можно достичь любым из известных нам способов, и там, где в силу характера самой ситуации она вынуждена оставаться несовершенной. Даже там, где свободное вступление на рынок обеспечит лишь то, что в каждый момент времени все товары и услуги, на которые, имейся они в наличии, будет существовать эффективный спрос, станут реально производиться при наименьших из всех возможных в данной исторической ситуации текущих затратах ресурсов («текущие» издержки в данном случае не включают фактические затраты, совершенные в прошлом, но, разумеется, к ним относятся «издержки пользователя»), пусть даже цена, которую потребитель будет вынужден платить за них, окажется значительно выше издержек, лишь чуть-чуть уступая стоимости следующего наилучшего варианта удовлетворения его потребности, то и это, настаивая я, намного больше, чем мы можем ждать от любой другой известной нам системы. Решающий момент опять-таки элементарен: почти невероятно, чтобы при отсутствии искусственных препятствий, которые создаются деятельностью государства и им же могут устраняться, какой-либо товар или услуга были доступны все время только по це-

не, при которой аутсайдеры, проникни они в эту сферу, могли бы рассчитывать на более чем нормальную прибыль.

Практический урок из всего этого, я думаю, состоит в том, что нам надо гораздо меньше беспокоиться, является ли конкуренция в том или ином случае совершенной, и гораздо больше — есть ли там конкуренция вообще. Наши теоретические модели отдельных отраслей скрывают, что на практике гораздо более глубокая пропасть отделяет конкуренцию от ее отсутствия, чем совершенную конкуренцию от несовершенной. Однако общая тенденция в нынешних дискуссиях состоит в том, чтобы нетерпимо относиться к несовершенствам конкуренции и обходить молчанием ее недопущение. Мы можем, вероятно, еще больше узнать о действительном смысле конкуренции, изучая результаты, регулярно появляющиеся там, где конкуренция намеренно подавляется, чем сосредоточенно сравнивая недостатки реальной конкуренции с идеалом, не имеющим отношения к существующим обстоятельствам. Я специально говорю «где конкуренция намеренно подавляется», а не просто «где она отсутствует», поскольку ее главные результаты обычно сказываются, пусть и медленнее, до тех пор, пока она полностью не подавлена с помощью или при попустительстве государства. Бедствия, являющиеся, как показывает опыт, регулярным следствием

подавления конкуренции, находятся в иной плоскости, нежели те, что могут быть вызваны ее несовершенствами. То, что цены могут не соответствовать предельным издержкам, куда менее важно, чем то, что при утвердившейся монополии издержки, вероятно, будут намного выше, чем необходимо. В то же время монополия, основанная на превосходстве в эффективности, приносит сравнительно небольшой вред, пока есть уверенность, что она исчезнет, как только кто-то еще достигнет более высокой эффективности в удовлетворении нужд потребителей.

В заключение я хочу вернуться на минуту к тому моменту, с которого начал, и вновь сформулировать главный вывод в более общем виде. По существу, конкуренция есть процесс формирования мнения: путем распространения информации она создает единство и согласованность экономической системы, что мы и подразумеваем, когда представляем ее себе как единый рынок. Она формирует мнения людей о том, что есть самое лучшее и самое дешевое, и все, что люди реально знают о шансах и благоприятных возможностях, им известно благодаря ей. Таким образом, это процесс, который включает непрерывное изменение данных и смысл которого, следовательно, должен оставаться полностью недоступным для теорий, принимающих эти данные как неизменные.