

## ПРИЛОЖЕНИЕ 9А

## За пределами сравнительной статики

В этой главе, как и на протяжении всего курса, мы придерживаемся метода сравнительной статики. Суть его, как мы помним (раздел 2.4), заключается в сопоставлении различных состояний равновесия, тогда как сам процесс перехода от одного равновесного состояния к другому остается как бы за кадром или за занавесом. Все же иногда бывает полезно приподнять этот занавес или попытаться заглянуть за него, чтобы выяснить, что происходит между парой смежных (во времени) состояний равновесия, т. е. вне равновесия. Такую попытку совершил в 1977 г. американский экономист, нобелевский лауреат К. Эрроу.<sup>1</sup> Основной вывод, к которому он пришел, заключается в том, что «совершенная конкуренция может реально преобладать лишь в условиях равновесия».<sup>2</sup> Напротив, в состоянии неравновесия гипотетический рынок совершенной конкуренции *вырождается* в ряд «монопольщиков, имеющих дело с рядом монопсонистов. Самая общая картина — это картина изменяющейся совокупности двухсторонних монополий».<sup>3</sup> Почему и как происходит это вырождение?

Предположим (вместе с Эрроу), что рыночный спрос на некоторый единичный товар почему-либо превышает его рыночное предложение по существующей рыночной цене. Предположим также, что ни одно предприятие не может в силу ограниченности мощности увеличить мгновенно свой объем предложения (рис. 2.7). Тогда каждое отдельное предприятие *может повысить* свою цену товара, не опасаясь того, что его спрос (или хотя бы часть его) будет поглощен другими предприятиями, ведь их объемы предложения жестко ограничены пределами их мощности. И так могут поступить все предприятия отрасли, хотя размеры повышения цен могут быть разными, по крайней мере из-за разной структуры затрат. В этом случае на смену единой рыночной цене приходит ценовая дисперсия, правда, по иной, чем указанной в разделе 9.2.4, причине.

Наоборот, в случае, если рыночное предложение окажется выше рыночного спроса по реально действующей цене, отдельное предприятие *не сможет* продать столько своей продукции, сколько пожелает, по рыночной цене. Чтобы увеличить объем продаж, ему необходимо будет снизить цену, а это значит, что кривая спроса на продукцию такого предприятия уже не будет прямой, параллельной оси выпуска (как на рис. 9.1). Вместо этого совершенно конкурентное

<sup>1</sup> Эрроу К. К теории ценового приспособления // Теория фирмы. СПб., 1995. С. 432–447. (Вехи экономической мысли; Вып. 2).

<sup>2</sup> Там же. С. 432.

<sup>3</sup> Там же. С. 440.

предприятие столкнется с нисходящей кривой спроса, как это происходит с предприятиями, обладающими в той или иной мере монопольной властью. Таким образом, оказывается, что конкурентное предприятие — это действительно «монополист с особой средой».<sup>4</sup>

В итоге «в условиях неравновесия нет причины, обуславливающей наличие единственной рыночной цены, и мы вполне можем ожидать, что каждая фирма будет устанавливать свою цену».<sup>5</sup> Несмотря на то что в условиях неравновесия совершенно конкурентный рынок вырождается в совокупность двухсторонних монополий, бóльшая концентрированность продавцов по сравнению с покупателями приводит к тому, что основной силой в изменении цен окажется монополистическое поведение продавцов.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Там же. С. 438.

<sup>5</sup> Там же. С. 439.

<sup>6</sup> Там же. С. 441.