

Глава 12

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА И МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Модель и само понятие монополистической конкуренции обязаны своим происхождением выходу в 1933 г. одноименной книги Э. Чемберлина. Нужно, однако, иметь в виду, что представления Чемберлина о монополистической конкуренции со временем изменялись, неизменным оставалось лишь его убеждение в том, что монополистическая конкуренция представляет некую комбинацию (или форму взаимодействия) сил монополии и конкуренции.

В своей главной работе «Теория монополистической конкуренции» Чемберлин рассматривал олигополию и монополистическую конкуренцию как две разные модели строения рынка, при этом последнюю он связывал с *дифференциацией продукта*. А спустя четверть века Чемберлин пришел к выводу, что *все* типы строения рынка, находящиеся между совершенной (чистой) конкуренцией и монополией, содержат элементы и той и другой, и потому все они, *включая олигополию*, могут быть объединены в широкий класс рынков монополистической конкуренции. «Чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, чистая монополия, — писал он в 1957 г., — такова классификация, которая представляется мне по природе дела исчерпывающей».¹ Монополистическая конкуренция, утверждал он, «охватывает олигопо-

¹ Чемберлин Э. На путях к более общей теории стоимости // Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. М., 1996. С. 338.

лию там, где такая существует, а не игнорирует ее, предполагая несуществующей». ²

Такая (или подобная) точка зрения становится все более распространенной. Именно этим можно объяснить тот факт, что во многих современных зарубежных курсах микроэкономики промежуточного или продвинутого уровня монополистической конкуренции в первоначально придаваемом ей Чемберлином смысле уже не предоставляется отдельной главы в разделе «Строение рынков». ³ Вместо этого в некоторых из них традиционная модель рынка монополистической конкуренции и модель олигополии образуют самостоятельный раздел, служащий введением к последующему изучению организации промышленности.

Тем не менее мы решили посвятить модели этого типа строения рынка небольшую главу с тем, чтобы *акцентировать внимание на дифференциации* продукта и влиянии ее на поведение предприятий, хотя и удовлетворяющих критерию малости и многочисленности (как и совершенно конкурентные предприятия), но обладающих в то же время определенной рыночной властью, что дает основание рассматривать их как «маленьких монополистов».

12.1. ДОПУЩЕНИЯ

Допущения, лежащие в основе модели монополистической конкуренции, представляют некоторую смесь допущений, принимаемых для совершенной конкуренции и монополии. Из допущений, сближающих эту модель с моделью совершенной конкуренции, назовем следующие.

² Там же. С. 340. Интересно, что вычленение олигополии в самостоятельный, обособленный от монополистической конкуренции тип строения рынка Чемберлин связывал с ее «ходким» названием. «Как только это название было найдено, оно, подобно удачной торговой марке, сразу помогло ее „сбыту“» (там же). Интересно здесь то, что и к распространению (продвижению на рынок) в экономической теории разного рода моделей Чемберлин подходит с точки зрения «размножения торговых марок» и их ходкости.

³ *Kreps D. A. A Course in Microeconomic Theory.* Hemel Hemstead, Hertfordshire, 1990; *Katz M., Rozen H. Microeconomics.* 2nd ed. Burr Ridge, Ill., 1994; *Eastrin S., Laidler D. Introduction to Microeconomics.* 4th ed. Hemel Hemstead, Hertfordshire, 1995; *Nicholson W. Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensiony.* 6th ed. Fort Worth, Tex., 1995.