

Лекция 34

Структура рынка ресурса

(окончание)

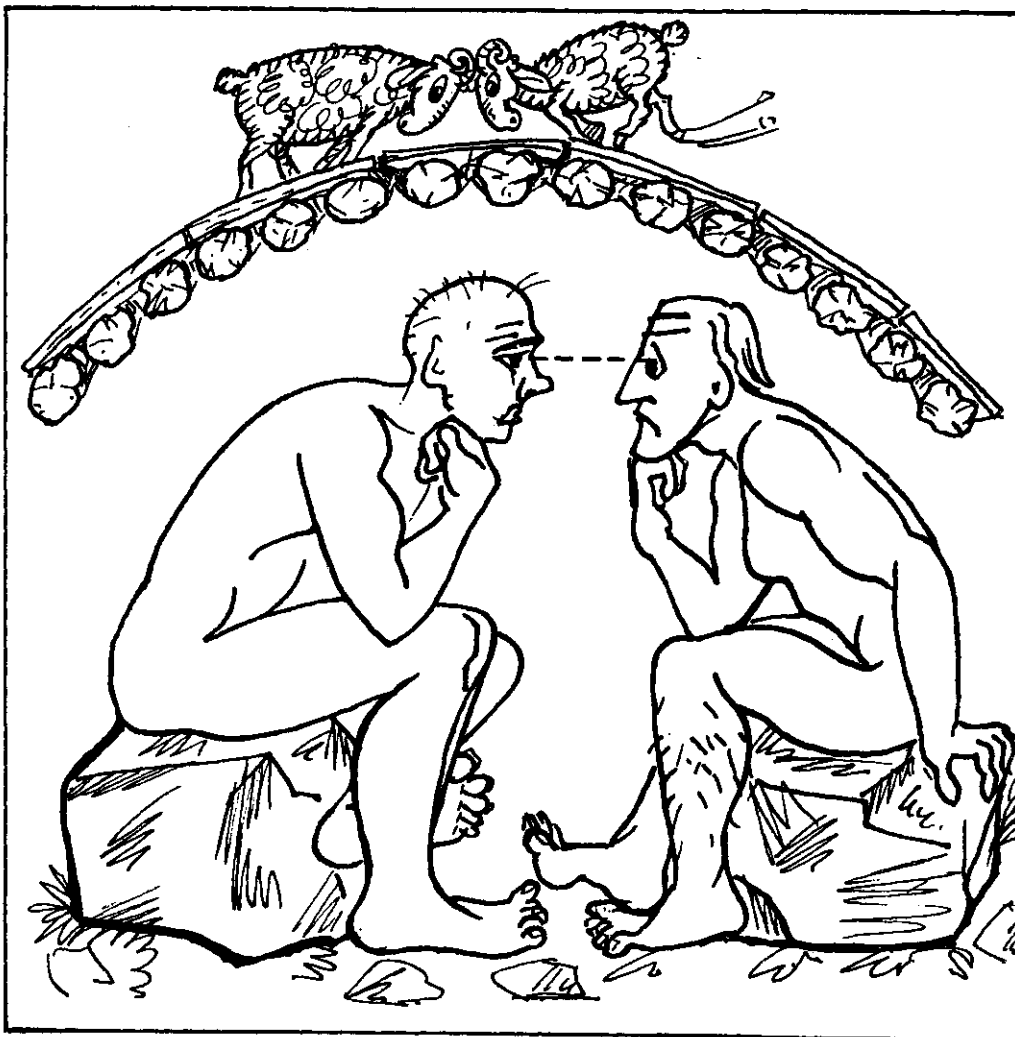
У БАРБОСА ЕСТЬ ВОПРОСЫ. Кто обладает властью на рынке?

РАЗДЕЛ 1. Монополия на рынке ресурса

РАЗДЕЛ 2. Двусторонняя монополия на рынке ресурса

РАЗДЕЛ 3. Рынки ресурсов: антимонопольная практика

РАЗДЕЛ 4. Монополия Советского государства на рынке зерна в 1926 г.



БАРБОС. Иногда хозяин берет меня с собой на рынок. Там всегда много продавцов, много покупателей и очень много разнообразных запахов. А иногда там появляются молодые люди в пятнистых жилетах и высоких благоуханных ботинках. Может быть, они обладают властью на рынке?

ИГОРЬ. Дмитрий Иванович Менделеев в свободное время любил клеить чемоданы и достиг в этом деле изрядного мастерства. И еще он очень любил раскладывать пасьянсы.

АНТОН. Ну и что?

ИГОРЬ. По преданию, когда ему надоело раскладывать игральные карты, он разложил пасьянс карточками, на которых были выписаны химические элементы и их основные характеристики. В результате человечество получило периодический закон.



АНТОН. К чему ты это рассказываешь?

ИГОРЬ. Тебе не кажется, что мы занимаемся чем-то похожим на раскладывание пасьянса? Берем карточки, пишем на них «много продавцов», «мало продавцов», «один покупатель» и так далее. И выкладываем из них различные комбинации.

АНТОН. Похоже. И вот что интересно: какие бы комбинации мы ни составляли, всякий раз по-

лучается какая-то реально существующая структура.

ИГОРЬ. Но до сих пор у нас были только такие структуры, в которых покупатели конкурировали друг с другом. А продавец мог быть монополистом.

АНТОН. Или рынок мог быть олигополистическим. Разные формы и степени монополизации мы рассматривали в прошлом выпуске. Обсуждаются они и в этом выпуске, правда, не в «Толстой тетради», а в разделе «Теория организации промышленности». Но рыночная власть может быть и у покупателя.

ИГОРЬ. Вот теперь мы и рассмотрим такие структуры, где на рынке один покупатель.

БАРБОС. Да, это и есть настоящая власть. Как хорошо быть на всем рынке единственным покупателем! Продавцы тебя об-



хаживают, суетятся, а ты эдак гордо... Власть — дело хорошее. Тридцать пять тысяч одних только курьеров... Вот, помню, был еще совсем щенком... Да, власть — приятная штука!

АНТОН. Монополия во многом похожа на монополию. Что-то вроде зеркального отражения.

ИГОРЬ. Монополизация ведет к повышению рыночной цены и сокращению объемов продаж. А монополизация, если можно так выразиться, — к понижению цены и опять-таки к сокращению объемов продаж.

АНТОН. Что в обоих слу-

чаях влечет за собой общественные потери. Почему же мы много слышим об антимонопольных комитетах, антимонопольном законодательстве, но ничего — об антимонопольных действиях?

ИГОРЬ. Антимонопольные комитеты называются так, но по существу они призваны вмешиваться в рыночные процессы во всех случаях, когда кто-то приобретает чрезмерную власть над рынком, будь то монополист или монополист.

АНТОН. Но ведь на рынке могут быть и монополия, и монополия одновременно?

ИГОРЬ. Да, это так называемая двусторонняя монополия — структура, при которой на рынке всего один покупатель и всего один продавец.

АНТОН. И кто же обладает властью над таким рынком?

БАРБОС. Это очень трудный вопрос. Когда-то хозяин любил читать вслух сильно затрепанную книжку. Там один симпатичный персонаж задавался таким вопросом: «Если кит на слона полезет, кто кого переборет?». Этот вопрос, помнится, так и остался без ответа. А интересно было бы посмотреть.

РАЗДЕЛ 1

Монополия на рынке ресурса

Монополией называется такая структура рынка, при которой множеству продавцов противостоит всего один покупатель.

Если другие структуры рынка уже неоднократно обсуждались на страницах «Толстой тетради», то монополия оставалась все время как бы в тени и первый раз мы обращаемся к ней только сейчас.

Причины появления монополии

В самом деле, почему мы не рассматривали эту структуру рынка еще во 2-м выпуске журнала, целиком посвященном формированию потребительского спроса, или в 3-м, где обсуждалось равновесие на рынках потребительских благ?

На протяжении многих лекций мы исходили из того, что на потребительских рынках всегда много покупателей. Это было вполне закономерно — на рынке потребительского блага весьма трудно представить себе существование монополии.

В хозяйстве могут существовать очень богатые люди, которые действительно могут являться единственными потребителями продукции небольших фирм. Но сложно будет найти такие блага, которые потреблялись бы только одним богатым покупателем (даже если в хозяйстве всего один богатый покупатель). Состоятельные люди могут позволить себе содержать горничных, шоферов, поваров, парикмахеров, а очень состоятельные — даже ювелиров, но услугами этих профессий пользуется множество небогатых потребителей, и цена этих услуг образуется на общем для всего хозяйства рынке.

На рынках ресурсов возможностей для появления монополии гораздо больше. Достаточно, чтобы какой-то ресурс потреблялся только одной отраслью и в этой отрасли по тем или иным причинам существовала всего одна фирма. В примере с рынком хлопка из предыдущей лекции для появления монополии достаточно, чтобы кто-то скупил все прядильные фабрики, — и все фермеры, выращивающие хлопок, будут иметь дело с одним покупателем их продукции.

Причиной существования одной фирмы в отрасли и, как следствие, монополии на некоторый ресурс может быть естественная монополия в этой отрасли. Например, единственная в хозяйстве железнодорожная компания будет монополистом на рынке локомотивов, железнодорожных вагонов, рельсов и шпал (при условии невозможности экспорта этих товаров в другие страны).

Как видно, в обоих вышеуказанных случаях монополия фирмы на рынке ресурса сочетается с монопольным положением этой фирмы на рынке ее продукта. Подобная ситуация может наблюдаться не всегда. Если фирма, конкурирующая со множеством других фирм на рынке своего продукта, приобретает некоторую власть над своими поставщиками, она будет являться в некоторой степени монополистом.

Основой этой власти могут быть, например, географические барьеры. Предположим, что в отдельной местности существует много мелких фирм, добывающих железную руду, но всего один плавильный завод. Так как перевозка руды обходится гораздо дороже, чем перевозка выплавленного металла,

этот плавильный завод будет являться единственным покупателем, выгодным для добывающих руду фирм, но далеко не единственным продавцом металла на общем для всего хозяйства рынке.

Кроме этого, основанием определенной власти над своими поставщиками могут быть обстоятельства, уже обсужденные нами в лекции 25, — это появление специфических материальных (оборудование) или нематериальных (технология, человеческий капитал) активов у поставщиков, которые делают весьма неэффективным переход к другому потребителю этой продукции. Правда, в этом случае возникает, как правило, двусторонняя монополия, о которой пойдет речь в следующем разделе.

Давайте разберемся, каким же образом устанавливается равновесие на рынке, где множеству продавцов противостоит всего один покупатель.

Как помнит читатель, монополист сам устанавливает цену на свою продукцию и у него нет конкурентов, которые могли бы предложить этот же продукт по более низкой цене. Монополист не может повышать цену сколь угодно высоко — покупатели уйдут с рынка. Но из всевозможных ее значений он выбирает такое, которое при заданных функциях спроса и затрат принесет ему наибольшую прибыль.

Фирма, являющаяся монополистом, обладает точно такой же возможностью — она может предлагать продавцам такую цену, какую захочет, и никто не предложит им цену более высокую. Фирма-монополист тоже не может снижать цену бесконечно, иначе продавцы ресурса откажутся его продавать. Но она может при заданной кривой рыночного предложения ресурса выбрать на ней точку, обеспечивающую ей получение максимальной прибыли.

Какими принципами она должна руководствоваться, чтобы определить эту точку?

Кривая предельных расходов монополиста

При конкуренции покупателей на рынке ресурса отдельная фирма могла приобрести сколько угодно ресурса по установившейся цене. Кривая предложения ресурса для нее была горизонтальной

линией. Это означало, что дополнительные расходы на приобретение еще одной единицы ресурса, или *предельные расходы*, были постоянны и равны его рыночной цене. Поэтому пересечение кривой предельной доходности ресурса с горизонтальной кривой предложения, являющейся одновременно кривой предельных расходов, и давало оптимальное количество ресурса, которое приобретала фирма.

Монополист действует в других условиях. Он один имеет дело со всей кривой рыночного предложения ресурса, которая характеризуется положительным наклоном — кривая S на рис. 1. Для покупки каждой дополнительной единицы ему необходимо предлагать за нее более высокую цену, чем за предыдущую, увеличивая одновременно до этого более высокого уровня оплату всех других единиц ресурса. Например, если монополист приобретает ресурс в количестве не q_1 , а q_2 (рис. 1), то кривая S покажет, на сколько должна будет вырасти цена ресурса — с p_1 до p_2 . Увеличение общих расходов монополиста будет состоять в этом случае из двух частей — стоимости дополнительного количества ресурса (прямоугольник $ABCD$) и увеличения стоимости количества q_1 (прямоугольник $EFAG$). Предельные расходы фирмы на приобрете-

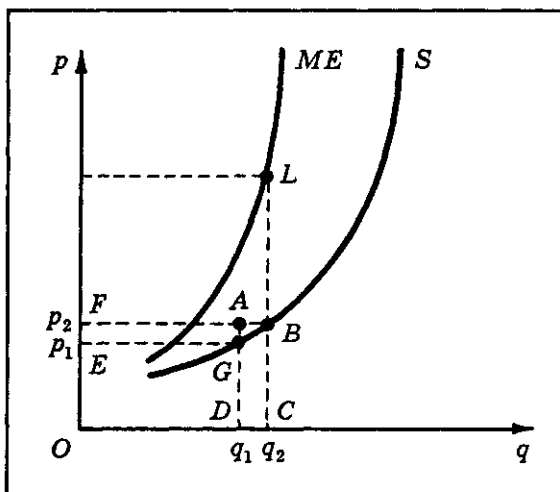


Рис. 1. Кривая предельных расходов.

ние дополнительной единицы ресурса, таким образом, оказываются больше цены ресурса. Так как для покупки дополнительной единицы ресурса монополисту всегда нужно будет увеличивать цену (кривая предложения имеет положительный наклон), предельные расходы монополиста всегда будут больше цены и кривая предельных расходов ME будет всегда лежать выше кривой предложения.

Это можно показать аналитически. Общие расходы монополиста на приобретение некоторого ресур-

са равны произведению его цены на приобретаемое количество, поэтому функцию общих расходов можно записать как

$$TE = q \cdot p(q). \quad (1)$$

TE — total expenditure (общие расходы на ресурс)

При увеличении объема использования ресурса с q_1 до q_2 расходы монополиста увеличатся на $p_2 \cdot (q_2 - q_1)$ за счет приобретения дополнительного объема ресурса и на $q_1 \cdot (p_2 - p_1)$ за счет увеличения цены, по которой он приобретает объем q_1 . Общее увеличение расходов монополиста составит

$$\Delta TE = p_1 \cdot (q_2 - q_1) + q_2 \cdot (p_2 - p_1) = p_1 \cdot \Delta q + \Delta p \cdot q_2. \quad (2)$$

Предельные расходы — это прирост общих расходов при увеличении использования ресурса на одну единицу, поэтому при $\Delta q = 1$

$$ME = p + \Delta p \cdot q. \quad (3)$$

Если мы продифференцируем функцию общих расходов (1) по количеству ресурса, получим предельные расходы монополиста

$$ME = \frac{dTE}{dq};$$

откуда

$$ME = p + q \frac{dp(q)}{dq}, \quad (4)$$

где $p(q)$ — цена предложения ресурса при объеме q .

Поскольку $dp(q)/dq > 0$, предельные расходы фирмы превышают цену предложения. Для конкурентной фирмы цена ресурса не зависит от объема покупки, и второе слагаемое в выражениях (3) и (4) равно нулю, а предельные расходы равны цене ресурса. Для фирмы-монополиста предельные расходы всегда больше цены.

Теперь, когда мы знаем, чего стоит монополисту приобретение дополнительной единицы ресурса, можем определить, использование какого количества ресурса будет для него оптимальным.

Равновесие монополиста

Предположим, что некто скупил все заводы — потребители ресурса в хозяйстве и стал, таким образом, единственным покупателем этого ресурса.

Кривая S на рис. 2 является кривой рыночного предложения сахарного тростника. Зная положение этой кривой, мы можем построить кривую предельных расходов ME , которая будет показывать величину дополнительных расходов монополиста на приобретение дополнительной единицы ресурса.

Кривая MRP на рис. 2 является кривой предельной выручки фирмы от использования дополнительной единицы этого ресурса.

Оптимальное количество ресурса для этой фирмы определяется пересечением кривых ME и MRP . Каждая дополнительная единица ресурса, используемая монополистом до этой точки, приносит ему больше, чем он должен заплатить за ее использование.

Обратите внимание, что цена ресурса устанавливается при этом на уровне p^* , что меньше предельной выручки от использования этого количества ресурса.

Если бы все заводы принадлежали разным фирмам, то на рынке ресурса установилось бы другое равновесие при более высокой цене ресурса и большем объеме его продаж.

В заключение следует заметить, что на рынке с монополией нет кривой спроса (точно так же, как и на монопольном рынке нет кривой предложения). При этом один и тот же объем спроса может предъявляться при разных значениях цены в зависимости от положения кривой предложения ресурса.

Построение кривой MRP для фирмы-монополиста и для фирмы, продающей свою продукцию на конкурентном рынке, рассмотрено в лекции 32

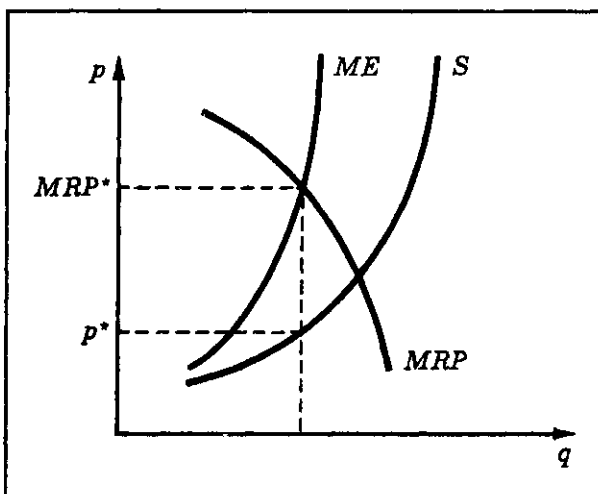


Рис. 2. Равновесие монополиста.

Например, на рис. 3 изображены кривая предельной выручки от продажи предельного продукта MRP

и два возможных положения кривой предложения ресурса (S_1 и S_2). Если кривой предложения является S_1 , то монополист выберет объем q^* и цену p_1 . Если же кривой предложения является S_2 , то монополист выберет тот же объем q^* при другом значении цены p_2 . Таким образом, функции, связывающей цену (в качестве аргумента) и объем предложения монополиста (в качестве значения функции), не существует.

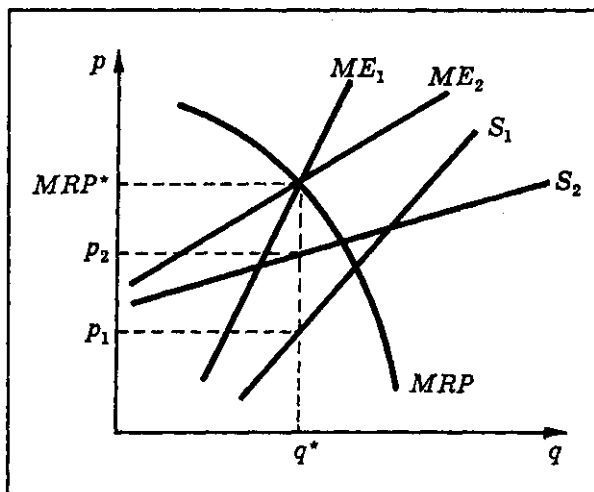


Рис. 3. Отсутствие кривой спроса для монополиста.

РАЗДЕЛ 2

Двусторонняя монополия на рынке ресурса

Ситуация на рынке, о которой пойдет речь в этом разделе, тоже еще не встречалась читателям. Эта ситуация называется *двусторонней монополией* и представляет собой сочетание монополии и монополии на одном рынке.

Двусторонняя монополия вовсе не является чем-то исключительным для хозяйства и может возникать как на рынках потребительских благ, так и на рынках ресурсов.

Например, государство является единственным покупателем некоторых благ, у которых может быть к тому же единственный производитель. Например, рынок солдатских шинелей — всего одна фабрика шьет обмундирование для армии, которое заказывает исключительно государство. Или «рынок» космических кораблей, которые приобретаются только государством и поэтому, естественно, предполагают двустороннюю монополию.

Двусторонняя монополия может легко возникать в условиях нерегулярных сделок — например, в

каком-нибудь небольшом городке пришедший на торговую площадь покупатель, которому нужна, к примеру, козлиная шкура, может обнаружить среди множества продавцов различных благ одного-единственного продавца, у которого будет эта козлиная шкура. Если это единственный покупатель, предъявляющий спрос на козлиные шкуры, то перед нами — двусторонняя монополия.

Двусторонняя монополия может возникать достаточно часто, если всего одна фирма производит какие-то промежуточные блага, нужные тоже только одной фирме.

Каким же образом может устанавливаться равновесие при двусторонней монополии? Нужно отметить, что перед нами стоит весьма нелегкая задача.

Неопределенность равновесия

На рынке со множеством продавцов и покупателей равновесие устанавливается в результате *независимых действий* продавцов и покупателей. Любой агент ориентируется на рыночную цену и принимает решение только об объеме покупок или продаж. При этом в результате общих действий агентов цена устанавливается таким образом, что объем спроса оказывается равен объему предложения.

Когда на рынке только одна из сторон представлена единственным покупателем или продавцом, также существует единственное равновесие рынка. Монополист может устанавливать цену на продукт и (сразу или после нескольких попыток) устанавливает ее на таком уровне, что покупатели предъявляют спрос на такое количество продукта, какое ему наиболее выгодно. Аналогичной возможностью обладает монополист и тоже устанавливает такую цену, что производители предлагают ему ровно столько продукта, сколько нужно ему для получения максимальной прибыли.

Но когда на рынке встречается монополист с монополистом, все происходит иначе.

Обе стороны обладают возможностью назначать цену на продукт, зная, что никто не появится на этом рынке в качестве продавца или покупателя и не предложит другую. Более того, назначая цену, каждый из них ориентируется на определенный

объем, при котором эта цена принесет ему возможно большую выгоду. Другими словами, каждый из них одновременно стремится выбрать и определенную цену, и определенное количество. Естественно, нет никакой гарантии, что их предпочтения совпадут. Скорее всего, будет наблюдаться обратная ситуация.

Давайте рассмотрим условия производства некоторого промежуточного блага монополистом и условия использования его монополистом. Монополист имеет некоторые кривые предельных и средних затрат на производство этого блага (кривые MC и AC на рис. 4), а монополист имеет некоторые кривые предельной и средней выручки от использования этого блага в качестве ресурса (кривые MRP и ARP). При этом

$$ARP = \frac{TR}{x},$$

ARP — average revenue product (средняя выручка продукта ресурса)

где x — количество ресурса.

Какие цены и количества они могут предлагать друг другу? На этот вопрос невозможно дать однозначный ответ. Они могут действовать по совершенно различным принципам, которые и определяют итоговое равновесие.

Мы можем определить множество возможных точек равновесия, которые в принципе могут реализоваться, исходя из предположения, что фирмы соглашаются на сделку только в том случае, если их прибыль неотрицательная. Это множество точек отображается фигурой, которая ограничивается кривыми средних затрат и кривыми средней выручки от продажи продукта предельного ресурса (заштрихованная площадь на рис. 4). Любая из этих точек теоретически может стать результатом переговоров монополиста и монополиста.

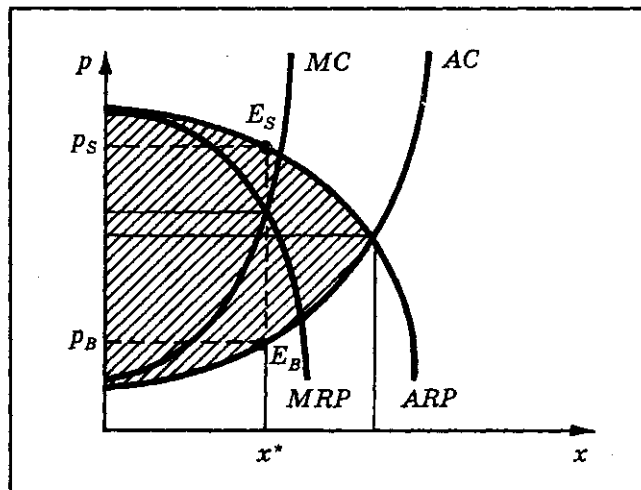


Рис. 4. Кривые затрат и выручки при двусторонней монополии.

Далее мы можем сказать, какая точка из этого множества будет наиболее выгодна для каждой стороны в отдельности.

Предположим, что у монополиста есть возможность выбрать точку из этого множества (при условии, что его партнер согласится на любой предложенный вариант). Кривая ARP для каждого возможного объема представляет максимально высокие цены, на которые в принципе может согласиться монополист. Поэтому рациональный монополист выберет одну из точек на кривой ARP . Поскольку кривая ARP является в данном случае аналогом кривой спроса, монополисту нужно построить кривую предельной выручки (это кривая MRP) и найти ее пересечение с кривой предельных затрат MC . Таким образом, из всего множества возможных точек равновесия наиболее выгодной для монополиста является точка E_S . Монополист при этом получает прибыль, изображаемую площадью фигуры $p_S p_B E_B E_S$, а монополист не получает никакой прибыли вообще.

Если бы возможность выбора была у монополиста (при условии, что монополист соглашается на любой вариант с неотрицательной прибылью), то он рассуждал бы аналогичным образом. Кривая AC показывает для каждого объема предложения минимальные цены, на которые согласится монополист. Она является аналогом кривой предложения, и монополисту нужно просто построить кривую предельных расходов (которая совпадает с кривой MC) и найти ее точку пересечения с кривой MRP . Таким образом, из всего множества точек возможного равновесия монополист выбрал бы точку E_B , в которой его прибыль была бы равна площади фигуры $p_S p_B E_B E_S$, а прибыль монополиста была бы равна нулю.

Но так как они определяют цену и количество совместным договором (за столом переговоров), *точка равновесия не определена*, если не сделать дополнительных предположений о принципах и условиях поведения обеих сторон. То есть определить характеристики этого рынка: 1) информированность участников сделки о затратах и выгодах друг друга; 2) порядок ведения переговоров; 3) «характеры» участников переговоров; 4) информированность и ожидания относительно будущего и т. д.

Сложность заключается в том, что выигрыш одного партнера обеспечивается за счет уменьшения прибыли другого.

Могут ли партнеры разрешить эту по сути конфликтную ситуацию, попытавшись найти какой-то компромисс, устраивающий обе стороны?

Один из вариантов компромисса заключается в том, что фирмы могут сговориться и максимизировать общую прибыль (возникнет квазикартель). Обратите внимание, что максимум этой прибыли достигается при том же самом значении x^* , которое соответствует точкам E_S и E_B (величина прибыли будет измеряться площадью прямоугольника $p_S p_B E_B E_S$). А делит ее между участниками сделки цена этого промежуточного блага, которая может занимать любое положение между p_S и p_B .

Возникает вопрос: каким образом договорятся обе стороны о цене ресурса (как они будут делить максимизированную прибыль)? Договориться они должны непременно — другого выбора у них нет.

Возможно, на переговорах фирмы решат прибегнуть к какому-нибудь критерию справедливости. Например, разделить прибыль пополам (найти середину отрезка $E_S E_B$). Или пропорционально затратам капитала.

В реальном хозяйстве при заключении сделки значительную роль будут играть *характеры* конкретных людей, пришедших на переговоры (например, склонность к риску, порядочность, жадность и т. д.), и *принципы ведения бизнеса*, которыми они руководствуются (например, «не обманешь, не продашь», «выгода должна быть взаимной» и т. д.).

Также чрезвычайно важна информированность партнеров о состоянии затрат друг друга. Если существует асимметрия информации, то один партнер легко может обмануть другого (обладающего меньшим количеством информации), завысив свои затраты и получив более высокую прибыль.

Читатель сам может попытаться представить себе различные ситуации, которые в действительности могут иметь место за таким столом переговоров, и проанализировать, к каким результатам они могут привести.

РАЗДЕЛ 3**Рынки ресурсов : антимонопольная практика**

Чистая монополия, как и чистая монополия, в реальности встречается достаточно редко. Однако если рассматривать этот тип рынка более широко, как рынок со значительной властью покупателя в вопросе установления цен и других условий покупки, то подобные случаи выявлялись в ходе расследований, проводимых российскими антимонопольными органами.

Следует отметить, что в действующем законе РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» понятие «монополия» прямо не приводится. Однако под определение доминирующего положения на товарном рынке попадают состояния, которые характеризуются наличием рыночной власти не только со стороны продавцов, но и со стороны покупателей товаров и услуг. Для определения наиболее характерного поведения предприятия-монополиста вводится понятие монополия низкой цены — это цена приобретаемого товара, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, доминирующим на товарном рынке в качестве покупателя товара.

Монополист может манипулировать лишь ценой покупки и объемом закупок. Число способов, которыми он на практике может осуществлять это манипулирование, фактически безгранично. Приведем несколько случаев и проблем, связанных с рыночной властью покупателей, из практики работы антимонопольных органов.

Неоднократно регистрировались жалобы производителей сельскохозяйственной продукции на перерабатывающие предприятия. В ряде областей Центральной и Северо-Западной частей России антимонопольные органы рассматривали дела об антиконкурентном сговоре молокозаводов с целью занижения закупочных цен на молоко. Эти случаи иллюстрируют один из возможных путей установления монополии — через соглашение конкурирующих покупателей. Рыночную власть перерабатывающих производств как покупателей сельскохозяйственного сырья объективно обуславливают следующие факторы:

— более высокий уровень концентрации в переработке молочного сырья в сравнении с его производством;

— некоторые свойства сырого молока (непродолжительность хранения, неудобства перевозки и т. п.) сужают экономические границы товарного рынка для продавца сырья, в то время как у покупателя в качестве взаимозаменяемого продукта сохраняется возможность использовать в технологическом процессе сухое молоко (длительного срока хранения и легко транспортируемое).

При этом относительно небольшое число хозяйствующих субъектов в сфере переработки облегчает антиконкурентный сговор, а определенный дефицит сырого молока заставляет его покупателей стремиться к заключению соглашения, устраняющего конкуренцию за поставщиков.

Помимо прямого сговора об уровне закупочных цен перерабатывающие предприятия могут пойти на сговор о разделении и закреплении поставщиков, что также выявлялось в ходе некоторых расследований антимонопольных органов. Материалы по одному из данной категории дел были представлены на семинаре британской Комиссии по справедливой торговле и британского Фонда «Ноу-хау», проходившем в Москве в октябре 1995 г.

Статистика закупочных цен и объемов закупок московскими молокозаводами сырья у сельскохозяйственных предприятий Московской области показала, с одной стороны, типичный для ценового сговора параллелизм в изменении цен с тенденцией к их снижению, а с другой — характерную для рынка с монополией ситуацию одновременного сокращения закупок сырья. Так, на 03.03.1995 средняя закупочная цена литра молока у восьми московских молококомбинатов составила 1263 р., а на 20.07.1995 — 1043 р. С учетом инфляции реальная закупочная цена литра молока снизилась за этот период примерно на 40%. В то же время доля сырого молока, получаемого московскими молококомбинатами — участниками предполагаемого сговора от хозяйств Московской области, снизилась с 86.2 (на 07.04.1995) до 27.4% (на 04.05.1995).

Аналогичный случай был представлен на Международном семинаре по вопросам антимонопольного законодательства и конкурентной политики (Санкт-Петербург, 1995 г.) Антимонопольным комитетом Украины. Дело было возбуждено по жалобе районного Совета коллективных сельскохозяйственных предприятий о злоупотреблении властью покупателя со стороны Сосницкого сырозавода (Черниговская область). Доля Сосницкого сырозавода на рынке услуг по переработке молока в границах Сосницкого района составляла 62%. Злоупотребление проявлялось:

— в навязывании условий договоров, ставящих отдельные сельскохозяйственные предприятия в невыгодное положение по сравнению с их конкурентами;

— в навязывании низких (ниже себестоимости) закупочных цен (молоко 1-го сорта — 10 тыс. крб. за литр, сливки 1-го сорта — 20 тыс. крб. за литр при их себестоимости молока в среднем по хозяйствам 15 тыс. крб. за литр).

Имели место также случаи отказа ответчика от закупки молока у районных сельскохозяйственных предприятий при отсутствии у них альтернативной возможности сбыта своей продукции.

Монополия на рынке по переработке сельскохозяйственной продукции была также выявлена Адыгейским территориальным управлением ГКАП России. На упомянутом выше семинаре был представлен случай злоупотребления рыночной силой со стороны ТОО «Табачник», занимающего доминирующее положение на товарном рынке по ферментации табака и закупке табачного сырья Республики Адыгея. Дело было возбуждено по инициативе антимонопольных органов, которые начали расследование в связи с выявленным резким сокращением площадей под посевы табака в республике. Так, в 1993 г. в Республике Адыгея было задействовано 455 га земельных угодий и выращено 237 т табачного сырья, в 1994 г. — 292 га и выращено 154 т, в 1995 г. выращено рассады только на 145 га посадочных площадей.

Экономический анализ деятельности ТОО «Табачник» показал, что при общем сокращении объемов производства и загрузки производственных мощностей наблюдался рост прибыли предприятия. Объем производства товарной продукции ТОО «Табачник» в 1994 г. по сравнению с 1993 г. снижен в 3.7 раза; в I квартале 1995 г. по сравнению с соответствующим периодом 1994 г. наблюдался незначительный подъем производства, однако темпы его роста отставали от темпов роста прибыли предприятия на 55.2%. Кроме того, закупочные цены на сырье предприятие держало ниже закупочных цен заводов по переработке табака в сходных по климатическим условиям регионах. Например, средняя закупочная цена, сложившаяся на ТОО «Табачник» в I квартале 1995 г., составила 1196 тыс. р. за 1 т, что на 11% ниже, чем на Дагомысском табачно-ферментационном заводе. За этот же период средняя отпускная цена ТОО «Табачник» составила 2576 тыс. р. за 1 т.

В результате занижения закупочных цен ТОО «Табачник» смогло получить дополнительную прибыль за счет продавцов табачного сырья, для которых в результате установленных монополично низких цен выращивание табака становилось убыточным. В 1994 г. себестоимость выращенного хозяйствами Республики Адыгея табачного сырья в 1.3 раза превысила доходы, полученные от его реализации, а, например, в Майкопском районе соответственно в 3.1 раза.

В некоторых случаях рыночная власть покупателя складывается в результате деятельности государства как поставщика определенного типа услуг. В качестве одного из примеров если не строгой монополии, то определенной рыночной власти заказчика можно привести влияние государства на рынок страховых услуг по обязательным видам страхования и некоторым видам страхования, которые вводятся актами местных органов власти.

Например, введение в Санкт-Петербурге обязательного страхования сдаваемого городом в аренду жилого и нежилого фонда и пла-

нируемое внедрение общегородской системы страхования муниципального жилья существенно изменят структуру спроса на соответствующих рынках услуг. Страховые компании окажутся перед лицом контрагента, обладающего реальной рыночной властью и способностью диктовать свои условия.

Что же касается двусторонних монополий, то в качестве предпосылки для их возникновения выступает, как правило, «законсервированная» схема сложившихся кооперационных связей. В случае чрезмерной специализации производства и отсутствия активной маркетинговой политики предприятия часто оказываются в тесной технологической связи со своими традиционными партнерами. В этом случае можно говорить, что при отсутствии товара-субститута устанавливаются монополия поставщика и монополия покупателя. Однако такие устоявшиеся ситуации в практике работы антимонопольных органов проявляют себя, лишь когда равенство рыночной силы контрагентов по каким-либо причинам нарушается.

Таковыми причинами могут быть:

- технологический «прорыв» одного из партнеров (например, внедрение нового технологического процесса, позволяющего использовать альтернативные ресурсы либо диверсифицировать производство);
- расширение границ товарного рынка за счет активного маркетинга, развития транспортной системы либо технологии транспортировки;
- изменения механизма госрегулирования соответствующего рынка.

На семинаре по практике применения антимонопольного законодательства, проведенном ГКАП России и Международным институтом права (Санкт-Петербург, 1995 г.), территориальное управление по Вологодской области представило дело по нарушению антимонопольного законодательства заводом «Аммофос». С жалобой в управление обратилось предприятие «Азот», созданное для переработки отходов Череповецкого металлургического комбината.

При производстве кокса на комбинате образуются попутные газы, которые служат основой для производства жидкого азота. Производственный процесс на Череповецком комбинате и предприятии «Азот» носит непрерывный характер, в связи с чем между ними был проведен газопровод протяженностью 0,5 км, а для оперативной реализации произведенного продукта был построен трубопровод длиной 10 км поставки жидкого азота с завода «Азот» на завод «Аммофос», производящий суперфосфатные удобрения, которые в больших объемах поступают на экспорт.

Монопсония завода «Аммофос» по закупкам жидкого азота носила сезонный характер. Недовольное низкими закупочными ценами

предприятие «Азот» стало отправлять свою продукцию в цистернах в другие регионы России и страны Балтии, что было выгодно, несмотря на более высокие транспортные расходы. Однако в силу особенностей продукта такой способ его транспортировки на дальние расстояния возможен только в зимнее время. В теплое время года единственным реальным покупателем продукции предприятия оставался завод «Аммофос», который, пользуясь своей рыночной властью, на этот период снижал закупочные цены в среднем на 25%.

Следует упомянуть, что еще до вмешательства в данную ситуацию антимонопольных органов заявитель предпринял шаги по снижению технологической зависимости от покупателя, начав строительство собственного перерабатывающего цеха. Завод «Аммофос» также осуществил ответные шаги, начав скупку акций предприятия «Азот». Подобные ситуации в итоге часто приводят к объединению предприятий.

Известен весьма интересный пример того, как посредник в передаче электроэнергии может быть монополистом и монополистом.¹ У автозавода ГАЗ в Нижнем Новгороде есть собственная ТЭЦ и принадлежащий ему велосипедный завод, который находится через дорогу от него. Их соединяет провод длиной 50 м, принадлежащий «Нижновэнерго». Так, чтобы поставить свою энергию на свой же велосипедный завод, ГАЗ продает ее «Нижновэнерго», который прогоняет ее через 50-метровый провод и берет двойную цену. Для ухода от подобных абсурдных положений предлагается выделить все сети в единую транспортную систему под контролем государства, а производители электроэнергии будут конкурировать между собой.

РАЗДЕЛ 4

Монополия Советского государства на рынке зерна в 1926 г.

Если монополистическую власть на рынке отдельного блага получает государство, оно тоже может воспользоваться этим, чтобы получить выгоду за счет снижения цены. Интересный пример такой монополии государства можно обнаружить, если обратиться к истории советского рынка зерна во времена нэпа.

Структура советского рынка зерна в середине 20-х гг.

Рынок зерна в России 1920-х гг. характеризовался крайней неэластичностью спроса и предложения. В третьей графе таблицы пред-

¹ Известия. 1997. 19 марта. С. 2.

ставлена структура рыночного спроса на зерно в СССР в 1925 г.² Самым крупным потребителем зерна была мукомольная промышленность (38% общего объема спроса). Спрос на зерно со стороны мукомолен был устойчивым, так как мука и выпеченный из нее хлеб составляли основу продовольственного рациона как сельского, так и городского населения страны.

Структура рынка зерна в России в 1925 г. (млн пуд.)

Производители зерна	Посредники	Потребители зерна
Крестьянские хозяйства — 764	«Плановые заготовители»: государственные и кооперативные — 390	Мукомолье — 300
	Частники — 210	Экспорт — 126 Армия — 40 «Резервный фонд» — 25
	Нет посредников	Крестьянские хозяйства — 273

Другим источником спроса на непереработанное зерно был экспорт (28%). Начиная с 1923 г. единственный советский экспортер того времени — государство — неизменно определял годовой экспортный план в 300 млн пуд. и выше, а заготовительные организации получали соответствующие задания и кредиты Госбанка. Целью экспорта было получение иностранной валюты, крайне необходимой для обеспечения индустриализации, и поэтому государство было вынуждено продавать зерно на экспорт по любым ценам.

Спрос крестьян на зерно (25%) складывался из покупок сельского населения потребляющих районов, неурожайных районов, а также из покупок среднего и беднейшего крестьянства благополучных районов, которому не хватало собственного зерна для самообеспечения до нового урожая.

Предложение зерна крестьянскими хозяйствами (а они были практически единственными производителями хлеба в СССР 20-х гг.) было тоже крайне неэластично. Целью продажи крестьянами своей продукции выступало получение не прибыли, а определенной суммы денег, необходимой для выполнения обязательств перед государством и приобретения продуктов, производство которых невозможно наладить в собственном хозяйстве. При этом крестьянское производство европейской части СССР и Сибири носило монокультурный (зерновой) характер, и зерно было единственным товаром,

² Здесь и далее данные о ценах и закупках зерна приводятся по: Хлебный рынок. 1925. № 1-23; 1926. № 1-23.

который крестьяне могли предложить в достаточно большом количестве.

Более того, чем более высокой была рыночная цена крестьянской продукции, тем меньшим был объем продукции, который нужно было продать, чтобы получить заданную сумму денег. Следовательно, в коротком периоде, когда величина налогообложения крестьянских хозяйств и уровень цен на необходимые им промтовары оставались неизменными, *кривая предложения зерна крестьянами* могла вообще иметь отрицательный наклон.³

Существенную особенность рынка зерна составляло то, что для его нормального функционирования были необходимы *посредники*, которые скупали бы зерно у огромного числа разбросанных по селам и деревням страны крестьян и продавали его конечным «потребителям» — мукомольням и государству.

Если бы посредник был всего один, то он мог бы в определенных пределах понизить закупочную цену для производителей и повысить продажную цену для потребителей без изменения объема продаж этого промежуточного блага (и спрос, и предложение были крайне неэластичны).

Была ли возможность появления такого посредника?

Борьба государства за монополию на рынке зерна

Претендентом на роль единственного посредника на рынке зерна в конкретных условиях «России наповской» являлось государство.⁴ Оно действительно было сильно заинтересовано в устранении других посредников, но не ради повышения цены зерна для покупателей (мукомолен), так как это привело бы к росту цены хлеба, что для «рабоче-крестьянской власти» грозило политическими осложнениями. Главной целью было *занижение цены зерна для его производителей*.

³ Вот, например, свидетельство участника этого рынка — председателя северокавказской конторы АО «Хлебопродукт» (крупнейшей хлебозаготовительной государственной организации): «Увеличение цен на нашем рынке увеличения предложения совсем не вызовет. Эта мера вызовет обратное явление в смысле сокращения подвозов со стороны крестьян. <...> Самая главная и основная причина состоит в том, что на местах нет промышленных товаров...» (РГАЭ, ф. 5240, оп. 4, д. 173, л. 14).

⁴ Здесь и далее под «государством» понимаются не только государственные организации, производившие оптовые закупки зерна («Хлебопродукт», Госбанк, Госторг), но и кооперативные организации (Центросоюз, Сельскосоюз, Укрмут), подчинявшиеся в своей оперативно-хозяйственной деятельности директивам правительства и большую часть своих оборотных средств получавшие от государственных кредитных учреждений. В литературе и статистике тех лет перечисленные выше государственные и кооперативные организации объединялись под рубрикой «плановые заготовители».

Зерно было необходимо государству для экспорта, и монополия внешней торговли, введенная еще в 1918 г., исключала здесь какую-либо конкуренцию. Правда, за годы войны и революции Россия полностью ушла с мирового хлебного рынка, и ее место было быстро занято США и Канадой. К середине 20-х гг. совокупный спрос на зерно на международном рынке с избытком покрывался заокеанскими экспортерами без участия СССР. Уже одно это обстоятельство делало возможным возвращение русского хлеба на мировой рынок только при условии, что его цена будет ниже средней мировой. С 1920 г. мировой хлебный рынок вступил в длительную фазу понижения цен. Интересы советского экспортера требовали, чтобы внутренние цены (по которым происходила закупка) были ниже мировых.

Начиная с 1924 г. правительство предпринимало энергичные попытки снизить цены на внутреннем рынке зерна в условиях относительно свободной конкуренции. Первоначально ставка была сделана на накопление в руках «плановых заготовителей» крупных зерновых резервов для последующего внутреннего демпинга. Однако ни в 1924/25, ни в 1925/26 гг. такая политика не принесла желаемых результатов: «сбрасывавшиеся» государством партии зерна всегда оказывались слишком малы относительно потребности рынка. Когда «плановые заготовители» пытались совместно «держаться» низкие заготовительные цены, их конкуренты — «частники» — всегда имели возможность платить производителю больше за счет высоких прибылей мукомолья, почти 2/3 которого находилось в их руках. В конечном счете, неудачи правительственной политики регулирования явились следствием недостаточно высокого удельного веса государства как покупателя на зерновом рынке.

Тем временем в кампанию 1925/26 г. обстановка с экспортом стала совершенно нетерпимой: мировые цены упали ниже внутренних и экспорт оказался слишком дорогим.⁵ Это заставило государство в корне пересмотреть свою стратегию поведения на внутреннем рынке в кампанию 1926/27 г.

На этот раз общий замысел заключался в сокращении всеми доступными средствами оптовых «внеплановых» покупателей и беспрепятственном снижении закупочных цен при отсутствии конкурентов, т. е. в создании монополии.⁶

⁵ Убытки от разницы цен составили 1.44 млн р. «Экспортхлеб» (государственная организация, занимавшаяся продажей зерна за рубеж) утверждал, что для сохранения рентабельности цена не должна была превышать 1 р. 37 к. за пуд, в то время как действительная цена колебалась от 1 р. 45 к. до 2 р. 20 к.

⁶ В апреле 1926 г. вопросы организации хлебозаготовительной кампании были вынесены в отдельный пункт повестки дня Пленума ЦК ВКП(б), чего раньше никогда не случалось. Цель государственной политики на хлебном рынке формулировалась предельно конкретно: «Интересы снабжения внутреннего хлебного рынка, а также интересы экспорта требуют сохранения в руках государства централизованного хлебозаготовительного аппарата, который объемом своих заготовок и массой сосредоточенного в его руках хлеба мог бы фактически господствовать как на заготовительном, так и на потребительском рынках». В соответствии с этим вы-

С этой целью местным органам власти предписывалось, в частности, аннулировать часть договоров с частными лицами на аренду мельниц, даже если это влекло консервацию последних. Обязательным условием продолжения деятельности оставшихся арендаторов и владельцев собственных мельниц было приобретение ими зерна у государственных и кооперативных организаций по фиксированным властью ценам.

На практике далеко не все «частники» спешили принять продиктованные государством новые «правила игры». В целях обеспечения монополии государство применило к таким смельчакам разнообразные меры давления. Только два примера.

В сентябре 1926 г. Наркомат торговли СССР рекомендовал всем своим местным организациям использовать для борьбы с частными мукомольнями опыт Наркомата торговли Крымской республики, который заключил соглашение с государственным поставщиком топлива о прекращении отпуска топлива частным мукомольням, «что практически, — с удовлетворением констатировалось в циркуляре Наркомата торговли СССР, — и привело к значительному сокращению операций частного мукомолья» (РГАЭ, ф. 5240, оп. 4, д. 25, л. 4).

Для устранения с рынка в Балашевском уезде Саратовской губернии крупных частных заготовительных обществ, которые, несмотря на все ограничения их деятельности со стороны государства, снимали до 70% всего предложения зерна, уполномоченный Губернского управления внутренней торговли лично подбрасывал в зернохранилища частных обществ насекомых-вредителей (долгоносиков), а затем соответствующими актами обследования закрывал их приемные пункты (РГАЭ, ф. 5240, оп. 4, д. 170, л. 8).

Сам государственно-кооперативный сектор подвергся жестким ограничениям. До 1926 г. значительное место на зерновом рынке занимали так называемые внеплановые заготовители — хозрасчетные кредитные предприятия и учреждения, для которых заготовка зерна не была основной функцией. С началом новой кампании такого рода «самодеятельность» категорически запрещалась. Снабжение потребителей отныне могло осуществляться исключительно по договорам с «плановыми заготовителями», число которых сокращалось.

Частным обществам оптовой торговли зерном разрешение на деятельность в определенном районе стали выдаваться лишь в том случае, если они соглашались покупать и продавать по государственным ценам. Таким образом, государство не только сокращало число оптовых покупателей, но также картелировало «частников» с «плановыми заготовителями».

двигались следующие задачи: «в целях борьбы с дезорганизацией хлебного рынка, создаваемой наплывом внеплановых и частных заготовителей, работающих путем связи с отдельными мельницами, признать необходимым организацию на местах трестов (мельничных трестов. — *Ред.*) в масштабах губерний и округов. <...> Заготовка каждого треста должна быть ограничена районом деятельности его мельниц и должна подчиняться общим регулирующим директивам» (Хлебный рынок. 1926. № 8. С. 48).