

# КРИТИКА ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Юрий Кузнецов\*

## *Резюме*

В настоящее время в экономической теории общепринятой является неоклассическая теория монополии (или теория несовершенной конкуренции). Согласно этой теории достаточным основанием для государственного антимонопольного регулирования являются общественные потери (неэффективность), обусловленные существованием монополии. В работе рассматриваются основные аргументы, выдвигаемые против такой концепции. На их основе автор приходит к выводу, что неоклассическая теория монополии в реальности представляет собой идеологию, призывающую к релятивизации прав собственности и массовой агрессии государства против частной собственности и личной свободы. Эта идеология требует фактической ликвидации рыночной экономики, основанной на добровольном обмене, и создания институтов, представляющих собой вариант государственного централизованного планирования.

*Классификация JEL:* D42

*Ключевые слова:* монополия, антимонопольное регулирование, mainstream economics

*Экономическая теория монополии дает единственно приемлемое основание для антимонопольной политики.*

Ричард Познер

## **1. ВВЕДЕНИЕ. ВЗАИМОСВЯЗЬ ТЕОРИИ МОНОПОЛИИ И ПРАКТИКИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

Антимонопольное регулирование (антитрестовское законодательство и административные структуры) появилось независимо от экономической теории и прикладной экономической науки. Разработка теории монополии (теории несовершенной конкуренции) относится к 1920–1930 гг., в то время как государственное регулирование в этой сфере стало применяться в конце XIX века (ДиЛоренцо (2000); Boudreaux, DiLorenzo (1993)).

---

\* Кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук, консультант Центра фискальной политики (г. Москва, Россия), e-mail: kuznetsov@fpcenter.org. Данная статья подготовлена на основе доклада на семинаре Григория Сапова «Экономика, теория, история, хозяйство и право», 11 октября 2001 г., а также на научном семинаре в Высшей школе экономики под руководством Евгения Ясина «Экономическая политика в условиях переходного периода», 27 марта 2002 г.

Выступив в качестве обоснования применяемой политики задним числом, теория монополии, принятая в mainstream economics, со временем стала играть существенную роль в антимонопольном регулировании. Эта роль, в частности, заключается:

- в обеспечении идеологического обоснования для существования соответствующих институтов и действий;
- в создании и развитии языка для формулирования антимонопольной политики и законодательства;
- в предоставлении методов и алгоритмов для оценки конкретных случаев на предмет применения данного вида регулирования.

Признание именно этих существенных функций общепринятой экономической теории монополии содержится в высказывании, вынесенном в эпиграф настоящей работы.

*Пример.* Закон Российской Федерации «О естественных монополиях» следующим образом определяет предмет регулирования: «Естественная монополия – состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров»<sup>1</sup>. Эта статья фактически переформулирует неоклассическую теорию естественной монополии, основанную на таких понятиях, как экономия за счет увеличения масштаба производства и эластичность потребительского спроса.

Из всего сказанного следует, что доказательство ложности и неадекватности теории монополии, принятой в современной mainstream economics, уничтожает рациональные основания для норм и институтов антимонопольного регулирования и в политическом плане переводит его из сферы этической оправданности и общественной пользы в сферу политики узкогрупповых интересов.

## 2. НЕОКЛАССИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ МОНОПОЛИИ

Общепринятой в настоящее время является так называемая неоклассическая теория монополии (или теория несовершенной конкуренции), излагаемая в стандартных учебниках по экономической теории (Posner (1976), 8). Она лежит в основе большинства проводимых в последние десятилетия теоретических и прикладных исследований структуры отраслевых рынков, государственного регулирования и т. д. В силу этих обстоятельств, а также из-за методологического единства с другими разделами распространенной экономической теории, неоклассическая теория монополии (НТМ) по праву относится к тому, что принято называть mainstream economics.

<sup>1</sup> Федеральный закон «О естественных монополиях» № 147-ФЗ от 17 августа 1995 г.

## 2.1. Модель монополистической фирмы в неоклассической теории

Монополистической фирмой (монополистом) в НТМ называется продавец (или группа продавцов, действующая как единый продавец), который может влиять на рыночную цену своего товара путем изменения количества этого товара, которое он продает на рынке (Posner (1976), 8). В таких случаях говорят, что продавец обладает монопольной властью. В переводе на традиционный графический язык *mainstream economics* это означает, что индивидуальная кривая спроса такой фирмы не является горизонтальной.

Данное понятие не совпадает с обыденным и интуитивно ясным представлением о монополисте как о единственном продавце. Поэтому приведенное определение обычно сопровождается неформальными комментариями, призванными объяснить, почему именно наклонная кривая спроса должна отождествляться с монополизмом.

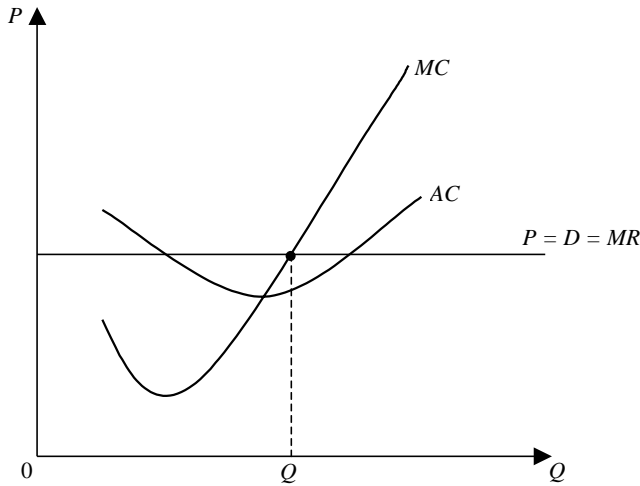
В реальной экономике индивидуальная кривая спроса любого продавца не является горизонтальной. Например, если он решил продать дополнительное количество товара, то это значит, что объем предложения товара на рынке увеличился, и чтобы покупатели изменили свое поведение – увеличили закупки – необходимо, чтобы цена несколько снизилась. В этой связи неоклассическая теория говорит следующее: в тех случаях, когда продавец производит лишь малую долю общего количества товара, небольшое изменение количества производимого им товара не может существенно повлиять на рыночную цену. Иными словами, в такой ситуации его кривую спроса можно считать приблизительно горизонтальной.

Тем не менее возникает вопрос: зачем вводить расширенное определение, не совпадающее с понятным обыденным смыслом, а затем давать специальные разъяснения? Ответ состоит в том, что, отождествив монополизм с наклонной кривой спроса, можно апеллировать к теории совершенной конкуренции, чтобы доказать неоптимальность монополии с точки зрения общественного благосостояния.

Согласно неоклассической теории ситуация совершенной конкуренции на рынке данного товара имеет место, когда:

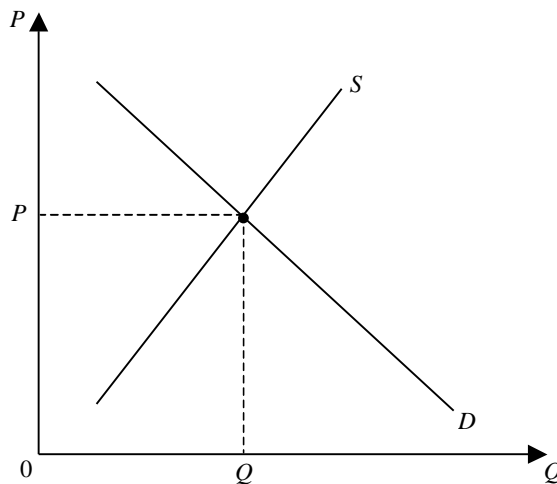
- все производители (поставщики товара) обеспечивают лишь малую часть предложения;
- покупатели рассматривают товар, поставляемый разными производителями, как однородный;
- товар является бесконечно делимым (множество значений переменной «количество товара» совпадает с множеством неотрицательных действительных чисел);
- ресурсы мобильны, нет никаких искусственных ограничений на их перемещение между производителями;
- отсутствуют искусственные барьеры для входа продавцов и покупателей на рынок;
- все участники рынка обладают полной информацией о рынке и других его участниках.

Утверждается, что в этих условиях индивидуальная кривая спроса каждого продавца будет горизонтальной прямой (рис. 1), при этом агрегированная кривая спроса будет наклонной линией, пересечение которой с агрегированной кривой предложения будет определять рыночную цену (рис. 2).



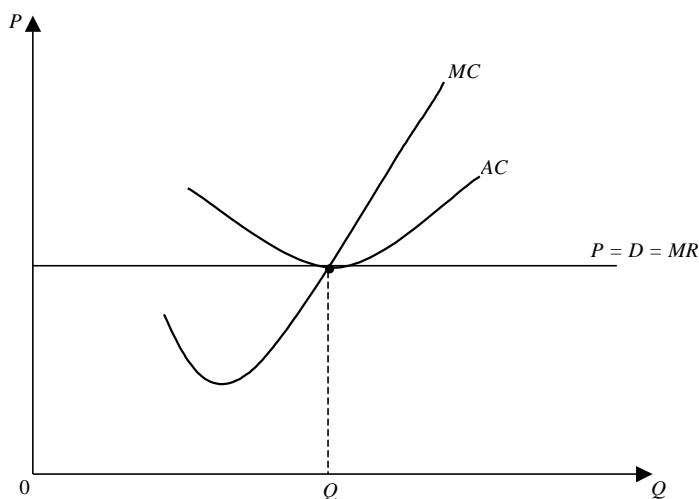
*Условные обозначения:*  $MC$  – индивидуальная кривая предельных издержек (издержки на производство дополнительной единицы товара);  $AC$  – индивидуальная кривая средних издержек (суммарные издержки, деленные на количество произведенного товара);  $MR$  – индивидуальная кривая предельного дохода (выручка от продажи дополнительной единицы товара);  $D$  – спрос;  $S$  – предложение.

**Рис. 1. Фирма в условиях совершенной конкуренции: краткосрочный период**



**Рис. 2. Рынок в условиях совершенной конкуренции**

Каждый продавец, стремясь максимизировать прибыль, будет предлагать на рынок такое количество товара, при котором предельные издержки равны предельному доходу, то есть рыночной цене единицы товара. Если при этом средние издержки будут меньше предельных (см. рис. 1), то есть производитель будет получать прибыль, это вызовет приток ресурсов из других отраслей, цена упадет и со временем установится равновесие, при котором средние издержки будут равны предельным, а прибыль будет равна нулю (рис. 3).



**Рис. 3. Фирма в условиях совершенной конкуренции: долгосрочный период**

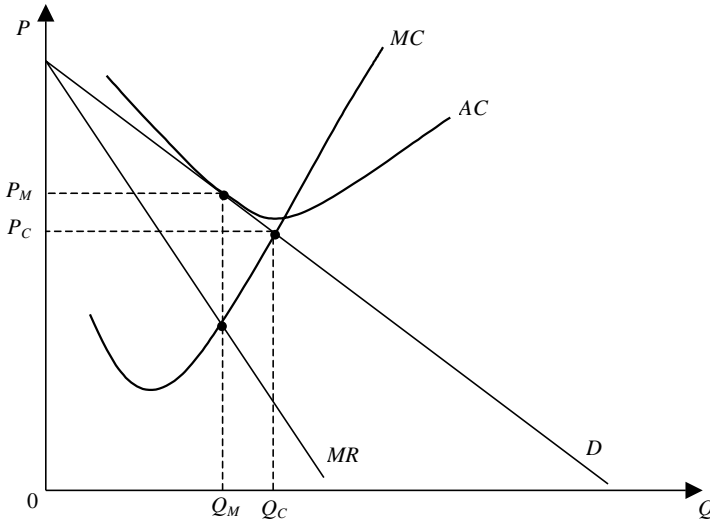
Далее утверждается, что, поскольку в ситуации равновесия никто не может ни получить прибыль, ни нести убытки, ресурсы используются максимально эффективно (при заданном первоначальном их распределении). Говорят также, что в условиях конкурентного равновесия максимизируется общественное благосостояние.

Состояние равновесия в условиях совершенной конкуренции сравнивается с ситуацией, когда фирма обладает монопольной властью, то есть имеет наклонную индивидуальную кривую спроса (рис. 4). При этом цена ( $P_M$ ) устанавливается на уровне более высоком, чем предельный доход и предельные издержки. НТМ утверждает, что эта ситуация хуже с точки зрения эффективности, чем совершенная конкуренция, так как в этом случае:

- цена устанавливается на уровне более высоком, чем при совершенной конкуренции ( $P_C$ ), когда она всегда равна предельным издержкам;
- средние издержки фирмы выше потенциального минимума даже при условии свободного входа на рынок, когда прибыль в ситуации равновесия устанавливается равной нулю (случай, показанный на рис. 3).

Для иллюстрации относительной экономической эффективности монополии и совершенной конкуренции, а также для анализа эффективности ан-

тимонопольных мер часто используется так называемый треугольник общественных потерь, приведенный на рис. 5 (Harberger (1954), 77).



Условные обозначения:  $P_M$  – цена, устанавливаемая монопольной фирмой;  $Q_M$  – объем продаж монопольной фирмы;  $P_C$  – цена в гипотетической ситуации совершенной конкуренции;  $Q_C$  – объем продаж фирмы в гипотетической ситуации совершенной конкуренции.

Рис. 4. Ситуация монополии и совершенной конкуренции

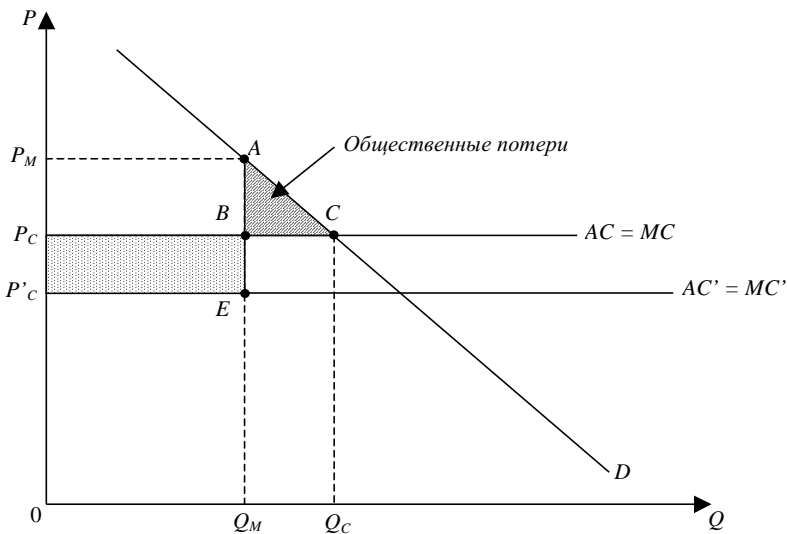


Рис. 5. Общественные потери от существования монополии

На этой диаграмме площадь треугольника  $ABC$  представляет общественные потери: при переходе от конкурентного ( $Q_C$ ) к монопольному ( $Q_M$ ) уровню выпуска потребители теряют часть продукции, за которую они были бы готовы заплатить цену, определяемую кривой спроса (эти потери равны площади трапеции  $Q_MACQ_C$ ); в то же время производитель избегает издержек в сумме  $Q_MBCQ_C$ .

Возникновение монополии в смысле данного определения ведет к потерям общественного благосостояния. Ситуация совершенной конкуренции рассматривается как нулевой уровень, точка отсчета для величины потерь, то есть эталон экономической эффективности.

Отсюда делается вывод, что любое отклонение от условий модели совершенной конкуренции приводит к монополизму и снижению эффективности (благосостояния). К числу таких отклонений от эталона относятся, например, уменьшение численности фирм, слияния и поглощения, дифференциация товаров, асимметрия информации в результате рекламы и других приемов маркетинга и т. д.

Данный факт объявляется достаточным основанием для государственного вмешательства с целью уменьшения общественных потерь (увеличения экономической эффективности). Разные меры регулирования должны иметь общей целью максимальное приближение рыночной ситуации к совершенной конкуренции.

## 2.2. Естественная монополия

Естественной монополией (ЕМ) в НТМ называется частный случай монополистической фирмы, для которой средние издержки являются убывающей функцией от объема продаж (выпуска) при любых уровнях продаж вплоть до полного насыщения рыночного спроса. Такой эффект может наблюдаться, например, в отраслях производства, предусматривающих большие капиталовложения в сооружения и оборудование (постоянные издержки).

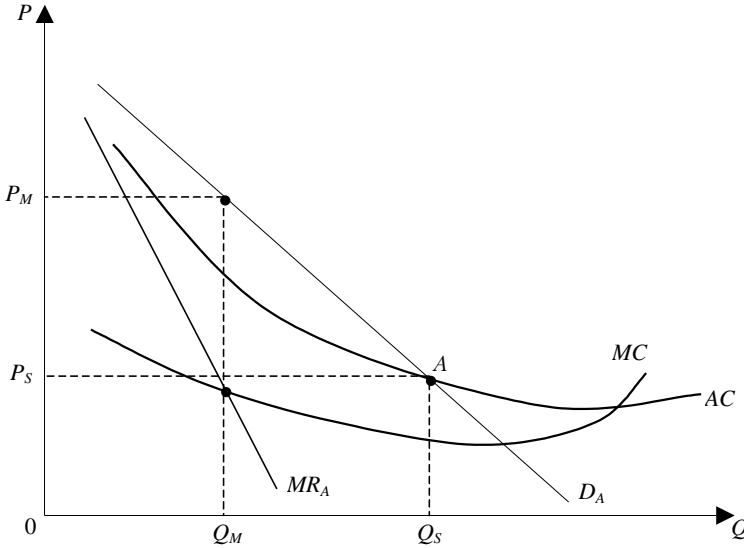
Определение ЕМ в НТМ графически иллюстрируется на рис. 6. Принципиальным отличием его от рис. 4 является то, что кривая спроса  $D_A$  является не индивидуальной для данной фирмы, а рыночной (агрегированной).

В ситуации ЕМ единственный производитель может обеспечить все потребности покупателей с меньшими издержками, чем два и более производителя. Однако, будучи предоставлен сам себе, он будет вести себя как монополист, то есть ограничивать объемы производства с целью получения прибыли. Это означает потери эффективности.

Точкой устойчивости ЕМ называется объем выпуска, при котором монопольная фирма покрывает свои издержки, но любое увеличение выпуска этой фирмой или новыми участниками рынка приведет к убыткам (на рис. 6 – точка  $A$ ).

НТМ утверждает, что, будучи предоставлена самой себе, ЕМ установит объем выпуска меньший, чем точка устойчивости. В результате у потенциальных конкурентов может возникнуть соблазн войти на этот рынок, что может

привести к ценовым войнам, убыткам для всех участников рынка либо к разделу рынка, при котором уровень издержек на производство единицы товара будет выше, чем в случае единственной фирмы. И в том, и в другом случаях будет иметь место неэффективность.



**Рис. 6. Естественная монополия**

Общественные потери (неэффективность) в ситуации ЕМ считаются достаточными основаниями для государственного вмешательства. Как и в других случаях, эталоном эффективности служит ситуация совершенной конкуренции. Однако в силу очевидной практической невозможности приблизить ситуацию в такой отрасли к эталону разрабатываются различные приемы, которые позволили бы имитировать результат совершенной конкуренции (например, административное ценообразование по уровню предельных издержек).

### **3. КРИТИКА НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ МОНОПОЛИИ В РАМКАХ MAINSTREAM ECONOMICS**

#### **3.1. Критика антимонопольного законодательства в рамках неоклассической парадигмы**

Экономисты, работающие в рамках неоклассической парадигмы, выдвинули целый ряд возражений против стандартной теории, изложенной в разделе 2. В частности, утверждалось, что если во всех отраслях налицо признаки монополии, то из этого логически не вытекает, что результирующее равновесие



неоптимально: различные сдвиги от оптимума могут компенсировать друг друга (Баумоль (1965)). С другой стороны, если государственное регулирование воздействует лишь на некоторые, а не на все монополистические фирмы, то из этого не следует, что в результате равновесие приблизится к оптимуму.

Но основная критика традиционной теории монополии и антимонопольного регулирования в рамках неоклассической парадигмы сводится к тому, что НТМ не учитывает все общественные издержки и выгоды, возникающие в связи с монополией. На этом основаны построения так называемой экономической теории права чикагской школы (Познер, Броузен, Борк и другие).

Например, в случае слияния двух фирм может иметь место экономия, то есть уменьшение средних издержек; в результате общественный выигрыш может превзойти величину треугольника потерь. Эту ситуацию иллюстрирует рис. 5, где  $P'_c$ ,  $AC'$  и  $MC'$  представляют соответственно равновесную цену, средние и предельные издержки в ситуации совершенной конкуренции при новом уровне издержек, возникшем после слияния. Общественный выигрыш представлен площадью прямоугольника  $P'_c P_c BE$ , которая превосходит величину общественных потерь, представленную площадью треугольника  $ABC$ . Таким образом, в этом случае монопольное поведение приводит к росту, а не к уменьшению экономической эффективности, а антимонопольная политика оказывается вредной с точки зрения тех целей, которые она ставит перед собой (Bork (1978)).

С другой стороны, НТМ не учитывает различных выгод и издержек, которые не отражены на рис. 5. Например, утверждается, что появление монопольной прибыли приводит, с одной стороны, к борьбе между производителями за получение и сохранение монопольного положения, а с другой – к борьбе потребителей за то, чтобы это положение ослабить. Это приводит к дополнительным издержкам, таким как попытки дифференциации товара со стороны участников картеля, создание административных барьеров для входа на рынок с помощью лоббирования и т. д. Величина этих издержек ограничена сверху размерами монопольной прибыли и в условиях равновесия равна ей (площадь прямоугольника  $P_M P_c BA$ ). Получается, что НТМ недооценивает ущерб от монополии (Posner (1976), 12–13). Последовательное применение этого подхода требует также учета государственных расходов на осуществление самого антимонопольного регулирования.

На практике такого рода критика может иногда вести к отказу от применения антимонопольных мер. Но, как правило, она скорее ведет к усложнению антимонопольного регулирования, так как заставляет государственные органы учитывать все большее количество факторов для оценки экономической эффективности той или иной меры. (Для США это означает, что на суды возлагается обязанность оценить общественные выгоды и издержки, связанные с тем или иным контрактом. В российских условиях на аналогичную роль «антимонопольного Госплана» претендуют административные органы.)

Главная теоретическая проблема, связанная с критикой НТМ в рамках неоклассической парадигмы, – это то, что любые оценки «общественных» потерь или выгод основаны на неявном суммировании индивидуальных полезностей потребителей и производителей. Данная операция незаконна даже

в рамках теоретических оснований самой же неоклассической экономической теории (ординалистская теория полезности).

Например, при отождествлении общественных потерь с площадью треугольника  $ABC$  на рис. 5 предполагается, что:

- а) индивидуальные полезности потребителей, отказавшихся от покупки единиц товара при повышении цены, в точности равны значениям цены, задаваемым индивидуальными кривыми спроса этих потребителей, из которых складывается агрегированная кривая спроса  $D$ ;
- б) эти полезности задаются в одних и тех же единицах и могут суммироваться, а также умножаться на переменную размерности «количество товара», что делает возможным операцию интегрирования.

В реальности кривая спроса  $D$  означает лишь то, что для покупателей, отказавшихся от покупки дополнительных единиц товара, индивидуальные полезности этих единиц меньше, чем полезности соответствующих сумм денег. То есть кривая спроса – это функция нижних оценок, интегрирование которой не дает никаких данных о суммарной полезности.

Поэтому попытки применить данный подход на практике в целях совершенствования антимонопольного законодательства неизбежно основаны на произвольных оценках со стороны государственных служащих, судей и экспертов. Иными словами, чикагской критике НТМ, как и самой этой теории, свойствен неустрашимый релятивизм.

### 3.2. Теория состязательных рынков

Теория состязательных рынков представляет собой еще одну попытку преодолеть недостатки НТМ, не выходя за пределы неоклассической парадигмы (Baumol, Panzer (1982)). В то же время она представляет собой шаг в направлении прагматического анализа рынков и конкуренции (то есть подхода с позиций общей теории человеческой деятельности).

Идея теории состоит в следующем: монополист (в смысле данного выше определения) не обязательно будет поднимать цену до уровня, максимизирующего прибыль, из опасения, что возможность получения большой прибыли привлечет конкурентов, что в дальнейшем приведет к снижению прибыли, к ценовым войнам и другим потерям. Поэтому монополист установит цену и объем выпуска, обеспечивающие устойчивость его монопольного положения (отсутствие риска резкого повышения эластичности индивидуального спроса). В случае ЕМ, например, это будет цена  $P_m$ , обеспечивающая окупаемость (см. рис. 6).

Далее авторы данной теории формулируют ее предпосылки – отсутствие лояльности потребителей к уже действующему на рынке продавцу, большое время реагирования потребителей на информацию о снижении цены существующим продавцом, незначительная роль специфических активов в производстве.

Критика теории состязательных рынков со стороны НТМ сводится к указанию на то, что эти предпосылки во многих случаях нереалистичны, как, например, в ситуации традиционных инфраструктурных ЕМ.

Теорию состязательных рынков можно рассматривать как слабый, ограниченный вариант более общего подхода: люди (в том числе производители) принимают решения по поводу своих действий, которые будут иметь последствия в будущем; реакция других людей (потребителей и конкурентов) входит в число этих последствий, поэтому ее тоже надо учитывать при принятии решений. Этот подход есть праксеологический подход к изучению рынка, который рассматривает рынок как процесс, развертывающийся во времени.

Теория состязательных рынков может быть охарактеризована как половинчатая праксеология. Ее уязвимость перед НТМ есть следствие половинчатости.

#### **4. ПРАКСЕОЛОГИЧЕСКАЯ КРИТИКА НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ МОНОПОЛИИ**

Наиболее последовательная и уничтожающая критика НТМ и антимонопольного регулирования осуществлена в рамках праксеологического подхода (подхода с точки зрения человеческой деятельности) в экономической теории<sup>2</sup>. Основные понятия, используемые НТМ (кривые спроса и предложения, кривая издержек и другие), а также ее предпосылки в свете праксеологии приобретают совершенно иной смысл, который исключает теоретические построения НТМ.

##### **4.1. Индивидуальная кривая спроса**

В НТМ кривая спроса принимается как некоторая данность, которая объективно существует и может быть оценена внешним наблюдателем, по крайней мере, в принципе.

В реальности же кривая спроса представляет собой набор гипотетических альтернатив. Ее точки отвечают на вопрос: «Предположим, что при прочих равных условиях цена изменилась и стала не  $P_1$ , а  $P_2$ . Сколько товара при этом покупатели захотели бы приобрести?» Реализуется же только одна точка кривой спроса, остальные никогда не осуществляются и поэтому не могут быть оценены. Те кривые, которые специалисты по эконометрике строят на основе реализовавшихся рыночных сделок, не имеют никакого отношения к кривым, изображенным на диаграммах НТМ.

Иными словами, кривых спроса в смысле НТМ не существует.

В реальности индивидуальная кривая спроса представляет собой особый язык представления предпринимательских ожиданий относительно будущего, включая ожидаемые последствия действий самого предпринимателя. Однако это не единственно возможный язык; на практике применяются и другие (теория бизнес-планирования, по сути дела, есть описание и построение таких языков). Однозначный перевод на язык кривых спроса и последующие оценки экономической эффективности вряд ли возможны.

<sup>2</sup> Наиболее последовательное и фундаментальное изложение см. в Мизес (2000); Rothbard (1962).

Индивидуальная кривая спроса отражает оценки предпринимателем неопределенного будущего (ожидания). Поэтому даже в случае большого количества мелких продавцов индивидуальная кривая спроса может существенно отклоняться от горизонтальной (абсолютно эластичной), например, в случаях, когда продавец ожидает реакции других продавцов на изменение количества предлагаемого им на продажу товара.

Далее, само представление о возможности горизонтальной индивидуальной кривой спроса, соответствующей ситуации совершенной конкуренции, несет в себе ряд логических противоречий.

В реальном мире не существует бесконечно малых изменений количества или цены. Любые изменения происходят дискретным образом. Например, если продавец решил продать дополнительное количество товара, то это значит, что объем предложения товара на рынке увеличился, и чтобы покупатели изменили свое поведение – увеличили закупки – необходимо, чтобы цена несколько снизилась. Неизменная цена в этом случае логически невозможна.

Есть и собственно математические возражения против существования горизонтальной индивидуальной кривой спроса. В частности, суммарная (агрегированная) кривая спроса на товар ( $D$  на рис. 2) должна получаться путем горизонтального суммирования индивидуальных функций спроса всех продавцов: то, что могут по данной цене продать все продавцы, вместе равно сумме того, что может продать каждый из них. Однако никаким суммированием горизонтальных индивидуальных функций спроса, типа показанной на рис. 1, агрегированную кривую спроса получить нельзя. Более того, горизонтальная индивидуальная функция спроса вообще не является функцией в математическом смысле, так как для функций спроса независимой переменной является цена, и получается, что для одного из значений независимой переменной имеется бесконечно много значений зависимой переменной.

Таким образом, представление о горизонтальной (абсолютно эластичной) индивидуальной функции спроса является внутренне противоречивым и не может быть основой никакой теории. Одного этого достаточно для признания НТМ полностью необоснованной, а представление НТМ в качестве математической модели – разновидностью интеллектуального подлога.

Из сказанного следует, что наклонная индивидуальная функция спроса (монополия) является естественной характеристикой любого продавца в любой ситуации на рынке. Поскольку НТМ основана на сравнении рыночных ситуаций с совершенной конкуренцией, а последняя логически невозможна, то суждение о неэффективности использования ресурсов по сравнению с этим эталоном также не имеет смысла.

#### 4.2. Индивидуальная кривая издержек

Mainstream economics, как и праксеология, разделяет представление об издержках, связанных с принятием решения (действием), как о полезности наиболее ценной из альтернатив, которая оказалась нереализованной вследствие принятого решения (произведенного действия). Это – концепция альтерна-

тивных издержек. Таким образом, издержки: а) субъективны; б) относятся к конкретному действию; в) в момент принятия решения (осуществления действия) относятся к будущему, то есть являются ожидаемыми издержками.

Однако mainstream economics непоследовательна в применении концепции альтернативных издержек. В частности, НТМ рассматривает издержки фирмы как объективно заданную величину, равную денежным затратам на факторы производства и выплату процентов. Предполагается, что эта величина может быть измерена сторонним наблюдателем.

В реальности издержки продавца могут существенно отличаться от объективно измеримой величины (бухгалтерских издержек). Например, продавец может сократить объемы продаж с  $Q_s$  до  $Q_m$  (см. рис. 6) для того, чтобы направить высвободившиеся ресурсы в ту сферу производства, где лично он ожидает получить гораздо большую выгоду (то есть в производство товаров, по его мнению, более желанных для потребителей). НТМ утверждает, что он получит монопольную прибыль, так как его средние издержки будут меньше валового дохода. Однако действительные издержки продавца гораздо выше тех, которые показывает кривая  $AC$ , так как они включают его личную оценку упущенной выгоды от производства другого товара. Иными словами, индивидуальная кривая средних издержек проходит гораздо выше, и никакой монопольной прибыли может и не быть. Причем у внешнего наблюдателя нет никаких возможностей объективно выяснить, какова же действительная кривая издержек.

Как и в случае индивидуальной кривой спроса, индивидуальной кривой издержек в смысле НТМ не существует.

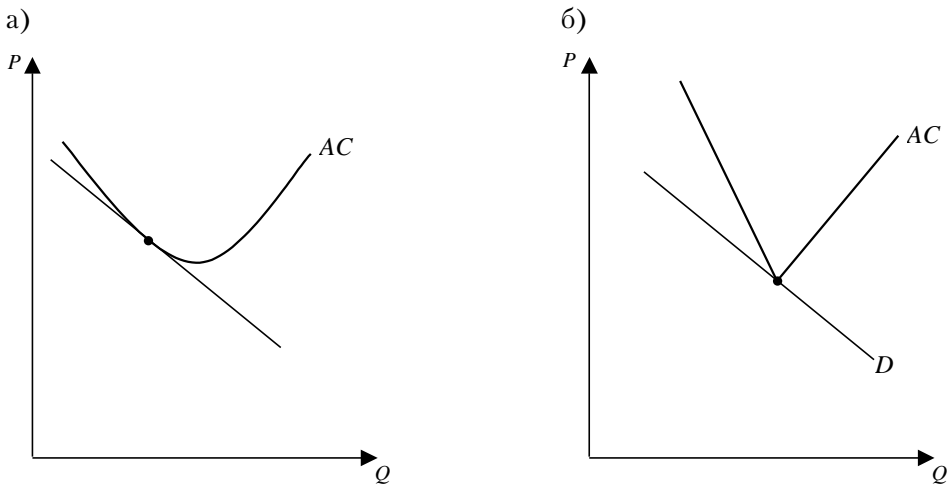
### 4.3. Некоторые предпосылки неоклассической теории монополии: непрерывность и гладкость

НТМ основана на некоторых математических предпосылках относительно применяемых в ней множеств и функций: бесконечная делимость товара (представимость количества товара действительными числами), непрерывность и гладкость функций. Отказ от любой из этих предпосылок (то есть приближение к реальности) делает теорию ошибочной даже с формально-математической точки зрения. Например, утверждается, что при наклонной кривой спроса равновесие установится при значении средних издержек большем, чем минимум (рис. 7а). Отказ от условия гладкости делает это утверждение ложным (рис. 7б).

### 4.4. Конкуренция как процесс

То, что описывает теория совершенной конкуренции, по сути дела, не является процессом конкуренции. Ее предмет – статическое состояние равновесия, в котором никакие действия участников невозможны, так как невозможно никакое улучшение их положения. Причем условия, необходимые для достижения этого состояния, постулируются с самого начала.

Строгая математическая модель, к которой неявно отсылает теория совершенной конкуренции, – модель общего равновесия Вальраса – вообще не изучает ничего подобного конкурентному рыночному процессу и лишь доказывает существование равновесных параметрических цен, то есть фиксированных извне цен, по которым участники обменивают разные товары. Параметрические цены не существуют в условиях рынка, где участники добровольно устанавливают пропорции обмена. Модель параметрических цен обычно описывается в виде вальрасовского аукционера, который объявляет набор цен, затем смотрит, сбалансируются ли все товарные рынки при таких ценах и, если нужно, пересматривает их в ходе итеративного процесса проб и ошибок. Наиболее близким аналогом вальрасовского аукционера является административное регулирование цен в социалистической экономике.



**Рис. 7. Функция средних издержек и рыночное равновесие**

Те свойства оптимальности ситуации равновесия, которые доказывает теория совершенной конкуренции, являются совершенно тривиальными. Например, предполагается, что все участники обладают полной информацией, необходимой для вычисления ситуации равновесия. При этом данная теория совершенно не рассматривает процесс, в ходе которого предприниматели выясняют возможности для успешной деятельности (то есть определяют свои функции спроса).

Рассмотрение конкуренции как динамического процесса приводит к полной переоценке тех явлений, которые НТМ приписывает монополизму. Например, монопольная прибыль, или рента – превышение цены над средними издержками, – есть иллюзия статической теории, рассматривающей рынок в его застывшем, мгновенном состоянии. В рыночном процессе эта величина является предпринимательской прибылью потенциального инвестора. Если производитель в силу неэластичности спроса получает чрезвычайно высокий

доход и отсутствуют административные барьеры для входа на рынок, то это привлекает в данный вид бизнеса новых инвесторов. Чем выше доход, тем больше привлекательность. Поэтому монопольная прибыль в условиях свободного рынка не только представляет собой временное явление, но и играет чрезвычайно важную роль с точки зрения повышения эффективности (благополучия), так как сигнализирует предпринимателям о возможности удовлетворения более насущных потребностей покупателей.

Следствием неадекватного представления о конкуренции в НТМ является то, что она склонна рассматривать в качестве монополистических проявлений, ведущих к снижению эффективности, практически все виды деятельности, посредством которых осуществляется реальная конкуренция и повышение эффективности, – дифференциацию продукции и увеличение ее качества, скидки, перемещение торговых точек ближе к покупателям, рекламу, поиск более дешевых источников сырья и т. д.

#### 4.5. Однородность товара и проблема границ рынков

Поскольку НТМ исходит из наличия однородного товара, дальнейшая логика рассуждений приводит к тому, что любая дифференциация объявляется проявлением монополизма. При этом однородность считается объективно заданной, очевидной для любого участника и наблюдателя. Данная посылка принимается как аксиома без какого-либо обоснования.

В НТМ и практике антимонопольного регулирования это порождает проблему определения границ рынка: считать ли в каждом конкретном случае два похожих товара одним и тем же или разными товарами? В зависимости от ответа на этот вопрос меняется оценка степени монополизма на рынке (рынках).

Если же исходить не из постулата однородности, а из тех предпочтений и оценок, которые проявляют потребители в своих действиях, то результат рыночного взаимодействия, при котором товар однороден, будет одним из исходов, но не единственно возможным. Если принять, что разнородные товары обладают субъективной ценностью для потребителей, которые демонстрируют свои предпочтения путем добровольного обмена, ситуация с однородным продуктом не может априорно рассматриваться как оптимальная.

#### 4.6. Выводы

Праксеологический анализ НТМ показывает, что эта теория:

- основана на произвольных допущениях;
- содержит логические противоречия;
- содержит выводы, не соответствующие собственным исходным посылкам;
- основана на неадекватной трактовке основных экономических понятий (спрос, предложение, издержки и т. д.);
- не имеет никакого отношения к реальному процессу конкуренции в рыночной экономике.

В силу этих причин неоклассическая теория монополии, включая теорию естественной монополии, не может служить основой антимонопольного регулирования, как и любой другой деятельности. Поскольку антимонопольное регулирование основано на НТМ, данный вид деятельности бессмыслен.

## **5. ПОЛИТИКО-ФИЛОСОФСКАЯ И ЭТИЧЕСКАЯ КРИТИКА НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ МОНОПОЛИИ И АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

### **5.1. Общие замечания**

Ни одна теория, описывающая те или иные характеристики реальности, сама не может служить основанием для рекомендаций к действию (политических или этических). Нормативное высказывание («нужно сделать то-то и то-то») не может быть следствием описательного (дескриптивного) высказывания («имеет место то-то и то-то»). Среди посылок «суждения о должном» также необходимо иметь «суждение о должном».

Все теории, обосновывающие антимонопольное регулирование, явным или неявным образом постулируют посылки нормативного характера. Ниже даётся краткий анализ наиболее распространенных посылок такого рода (нормативных суждений, критериев и т. д.).

### **5.2. Совершенная конкуренция как эталон экономической эффективности**

Выше показано, что совершенная конкуренция является внутренне противоречивой ситуацией, которой никогда не может быть в реальной жизни, поэтому она не может служить критерием эффективности для каких бы то ни было действий (включая антимонопольную политику). Более того, невозможно рассматривать ее как идеальное состояние, к которому следует приближаться, так как конкретные численные характеристики этого состояния применительно к исходным данным реальных рыночных ситуаций даже не могут быть рассчитаны.

Сторонники НТМ часто возражают следующим образом: можно оценивать реальные ситуации на предмет близости к совершенной конкуренции на основе степени удовлетворения предпосылок последней – например, можно стремиться к тому, чтобы индивидуальные кривые спроса были как можно более эластичными, чтобы число участников не было слишком маленьким и т. д.

Однако, рассуждая подобным образом, сторонники НТМ попадают в тиски абсолютного релятивизма. Все индивидуальные кривые спроса в той или иной степени эластичны. На каком основании государство должно решать, достаточно ли эластична кривая данного продавца? Единственно возможное решение – наделение специально выбранной элиты (судей, чиновников или экспертов) правом окончательного решения. Как правило, теоретики никак не анализируют вопрос о природе данного института и о последствиях его введения.



Точно такая же проблема возникает в связи с определением границ рынка. Если предполагается, что границы рынка могут определяться на основе иных критериев, нежели предпочтения самих потребителей, то возникает вопрос: «Кто будет определять эти критерии?» – со всеми вытекающими отсюда последствиями.

### **5.3. Критерий эффективности, применяемый экономической теорией права**

Этот критерий проанализирован в разделе 3.1. Хотя в конкретных случаях он и не содержит явной отсылки к теории совершенной конкуренции, его использование неизбежно приводит к релятивизму, описанному в предыдущем разделе. Кроме того, он вводит дополнительный элемент релятивизма, поскольку предполагает сопоставление субъективных полезностей и, тем самым, поднимает вопрос: «Кто, как и на основе каких весов будет сводить в единый показатель индивидуальные полезности?»

### **5.4. Прочие цели и критерии антимонопольной политики**

Целью антимонопольной политики иногда объявляется стремление к защите малого бизнеса, к недопущению появления крупных фирм и т. п. Данные цели объявляются имеющими самостоятельную общественную ценность.

Политики, провозглашающие подобные цели, как правило, не задумываются об издержках, связанных с их достижением. Например, искусственное сдерживание концентрации производства или товарных рынков означает наказание наиболее эффективных производителей, которые в результате более успешной предпринимательской деятельности вытесняют менее эффективных конкурентов.

Зачастую большое количество фирм в отрасли рассматривается как признак конкурентности, а небольшое – монополизма. Такое представление есть вульгаризированная версия теории совершенной конкуренции. В реальном рыночном процессе степень напряженности конкуренции не зависит от количества фирм в отрасли, а определяется наличием или отсутствием государственных ограничений на вход в нее.

### **5.5. Теория монополии, антимонопольная политика и права собственности**

Поскольку любой объект собственности в сущности своей уникален (отличен от других), а признание однородности или неоднородности различных объектов есть вопрос субъективных взглядов и предпочтений участников рынка, то в рамках НТМ любое право собственности при определенных условиях может быть признано монополией. Например, пусть некто владеет объектом  $A$ . Если у этого объекта есть потенциальный покупатель, готовый его купить по цене не более  $P$ , то тем самым кривая спроса на этот объект не является абсолютно эластичной. Более того, если владелец объекта  $A$  отказывается

продавать его по цене ниже  $P' > P$ , то можно утверждать, что он при этом получает ренту.

В тех случаях, когда владение тем или иным объектом позволяет получать денежные доходы (конвертировать ренту в деньги), как, например, в случае владения капиталоемкими производственными или инфраструктурными объектами, антимонопольная политика может использоваться для конфискации излишних, по мнению той или иной правящей группы, доходов.

Таким образом, антимонопольные рекомендации, основанные на НТМ, релятивизируют право собственности. В конечном счете, возможность осуществлять это право оказывается зависящей от решения некой избранной элиты, исходящей в своих решениях из чисто субъективных критериев и никому не подотчетной. На практике эти критерии и вытекающие из них действия носят, как правило, эгалитаристский, антибуржуазный характер и направлены против крупных собственников и успешных предпринимателей<sup>3</sup>.

## **6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ. АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ РЕЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО СОЦИАЛИЗМА**

Подводя итог, можно сказать: теории, которыми обосновывается антимонопольная политика, в реальности представляют собой идеологии, призывающие к релятивизации прав собственности и массовой агрессии государства против частной собственности и личной свободы. Эти идеологии требуют фактической ликвидации рыночной экономики, основанной на добровольном обмене, и создания институтов, представляющих собой вариант государственного централизованного планирования. Антимонопольная идеология и практика – это современная форма социализма.

В России рецепция теории и практики антимонопольного регулирования произошла одновременно с теми процессами, которые ныне принято называть либеральными реформами 1990-х гг. Причем в ходе заимствования эти идеи и институты рассматривались как неотъемлемая часть свободной рыночной экономики.

По нашему мнению, к идеологическим причинам этой рецепции можно отнести следующие представления, господствовавшие в России в описываемый период и во многом преобладающие до сих пор:

- ленинская теория империализма – монополистического, загнивающего и умирающего капитализма;
- западная неоклассическая экономическая теория, рецепция которой в СССР произошла в эпоху застоя;
- представление о западных институтах как об однозначно либеральных, рыночных и прогрессивных;
- представление о чрезвычайной монополизированности советской экономики;

<sup>3</sup> Данная линия рассуждений подробно иллюстрируется на примере оппозиции к вертикально-интегрированным компаниям в электроэнергетике в работе Кузнецов (2001).

– представление о монополизме как причине макроэкономических проблем, в частности инфляции.

Избавление от антимонопольной идеологии и вытекающей из нее практики антимонопольного регулирования является необходимым условием нормального функционирования рынка и устойчивого экономического роста в России.

## ЛИТЕРАТУРА

Баумоль У. (1965) *Экономическая теория и исследование операций*, Москва, Прогресс.

ДиЛоренцо Т. (2000) *Миф о естественной монополии*, <http://www.sapov.ru/novoe/p00-45.htm>.

Кузнецов Ю. (2001) *Запрет вертикальной интеграции увеличивает риски инвестиций в электроэнергетику*, <http://www.polit.ru/documents/420573.html>.

Мизес Л. (2000) *Человеческая деятельность*, Москва, Экономика.

Baumol, W.J., Panzer, J.C. (1982) *Contestable Markets and the Theory of Industrial Structure*, New York, Harcourt Brace Jovanovich.

Bork, R.H. (1978) *The Antitrust Paradox: A Police at War with Itself*, New York, Basic Books.

Boudreaux, D.J., DiLorenzo, T.J. (1993) The Protectionist Roots of Antitrust, *Review of Austrian Economics*, 6, 2, 81–96.

Harberger, A. (1954) Monopoly and Resource Allocation, *American Economic Review*, 44, 2.

Posner, R.A. (1976) The Economic Theory of Monopoly Provides the Only Suitable Basis for Antitrust Policy, *Antitrust Law: An Economic Perspective*, Chicago, University of Chicago Press.

Rothbard, M.N. (1962) *Man, Economy, and State*, Los Angeles, Nash.