**Факторы возникновения монополий**

Роберт Х. Франк (Robert H. Frank), профессор экономики Корнельского университета.

Каким образом фирма становится единственным поставщиком какого-то товара на рынке? По мнению экономистов, существуют четыре фактора, каждый из которых или их сочетания приводят к тому, что фирма становится монополией. Рассмотрим каждый из этих факторов.

Известно, что каждый владелец кинотеатра устанавливает разные цены на билеты для различных групп кинозрителей — студентов, взрослых, людей пожилого возраста. Некоторые кинотеатры продают абонементы на сеансы — по 10 билетов в абонементе. Такие билеты стоят гораздо дешевле, чем продаваемые поштучно. Наконец, для зрителей, посещающих кинотеатры в дневное время, цена за билеты значительно ниже, чем для зрителей, предпочитающих вечерние сеансы. Ни одна из описанных ситуаций не свойственна нашей модели совершенной конкуренции, которая подразумевает, что все покупатели платят единую цену за совершенно стандартное изделие (так называемый закон единой цены).

Те же владельцы кинотеатров, назначающие различные цены на входные билеты для различных групп зрителей, придерживаются совершенно другой практики, когда речь идет о продаже товаров в киосках, расположенных в помещении кинотеатров. Здесь, наоборот, почти всегда соблюдается закон единой цены. Студенты, взрослые, люди старшего поколения и все прочие зрители платят одну и ту же цену, например за жареную кукурузу, или за безалкогольные напитки, или за конфеты. Самое интересное заключается в том, что эти цены обычно гораздо выше тех, по которым эти же продукты продаются в магазинах и других предприятиях розничной торговли, и, конечно, намного выше того разумного уровня, который отражал бы реальные предельные издержки на их реализацию.

Как будет показано в дальнейшем, оба рассмотренных случая — назначение дифференцированных цен на входные билеты, с одной стороны, и назначение единых для всех высоких договорных цен, с другой стороны, — вполне согласуются с экономической моделью прогнозирования поведения владельца частного предприятия при продаже товаров и предоставлении услуг.

Задача этой публикации — рассмотрение рыночной структуры, меньше всего напоминающей модель совершенной конкуренции, т. е. монополии, при которой рынок обслуживается одним продавцом, реализующим некоторое изделие при полном отсутствии близких заменителей. Мы рассмотрим следующие 4 фактора, способствующих возникновению монополии: (1) контроль над ключевыми факторами производства; (2) экономия, обусловленная ростом масштаба производства; (3) патенты; (4) государственные лицензии. Мы убедимся в том, что основные правила, которыми руководствуется монополист, стремящийся максимизировать прибыль в краткосрочном периоде, не отличаются от тех правил, которыми руководствовались фирмы при совершенной конкуренции. Монополист будет увеличивать выпуск продукции, если выигрыш в доходе превышает увеличение издержек производства, и будет сокращать выпуск продукции, если потери дохода меньше снижения издержек.

**Определение понятия «монополия»**

Монополия — это рыночная структура, при которой весь рынок обслуживается одним продавцом, реализующим некоторое изделие при полном отсутствии его близких заменителей. Едва ли можно дать более простое определение, но, оказывается, его очень трудно применить на практике. Вспомните пример, приведенный в начале. Можно ли в соответствии с нашим определением считать расположенный в какой-то местности кинотеатр монополистом? Возможно, что в небольших городах это будет единственное заведение, демонстрирующее данный фильм в данное время. Считать ли его монополистом? Это зависит от того, как мы трактуем понятие «близкий заменитель». Если, например, какой-то кинотеатр в настоящее время демонстрирует низкопробный фильм со сценами убийств, вероятно, у него будет много близких заменителей. Действительно, буквально сотни подобных фильмов выходят на экраны каждый год, и любителям таких фильмов, как правило, не нужно ходить далеко, за исключением тех редких случаев, когда их не удовлетворяет качество обслуживания в данном кинотеатре.

Но что можно сказать о кинотеатре, обладающем исключительным правом первого показа в течение 6 месяцев фильма «Звездные войны»? Вспомните, что во время выхода этого фильма на экран не было другого фильма, равного ему по силе воздействия на зрителей. Каждый, кто хотел увидеть этот фильм в период наибольшего ажиотажа, неизбежно должен был прийти только в этот кинотеатр.

Основная характеристика, отличающая монополию от конкурирующей фирмы, — ценовая эластичность спроса. Напомним, что когда речь идет о фирме совершенной конкуренции, ценовая эластичность бесконечно велика. Если конкурирующая фирма даже очень незначительно повышает свою цену, ее продукцию перестают покупать. Напротив, монополия, по существу, контролирует цену, которую назначает.

Как показывает опыт, чтобы установить, действительно ли фирма обладает значительной монопольной властью, необходимо исследовать перекрестную ценовую эластичность спроса на его близкие заменители. На одном известном антитрестовском процессе корпорации Дюпона было предъявлено обвинение в монопольном производстве и распродаже целлофана. Даже продавая свыше 80% произведенного ею целлофана, эта компания смогла бы противостоять такому обвинению, показав, что перекрестная эластичность цен на целлофан и его близкие заменители (в то время ими были главным образом вощеная бумага и алюминиевая фольга) была достаточно высокой, чтобы оправдать продажу всех этих упаковочных изделий на одном рынке. Компания же продавала менее 20% всей упаковочной продукции, что не угрожало сохранению эффективной конкуренции.

Но это вовсе не является поводом для утверждения, будто перекрестная ценовая эластичность является простым, не допускающим двоякого толкования средством, при помощи которого можно различить изделия, имеющие и не имеющие близких заменителей. Вновь вернемся к примеру, рассмотренному в начале главы. Даже если в момент демонстрации фильма «Звездные войны» и не было равноценного ему фильма, для потенциального зрителя всегда существовала альтернатива развлечься где-нибудь в другом месте иным способом в течение этих двух часов. Для человека, решившего любой ценой посмотреть только фильм «Звездные войны», владелец кинотеатра является монополистом, но зритель, который просто хочет увидеть хороший фильм, заставляет того же владельца кинотеатра ощущать себя участником жесткой конкуренции. Различие между совершенной конкуренцией и монополией часто сводится к вопросу о том, у какого из этих двух типов рынков покупатели более многочисленны. И так же, как во многих других областях экономики, задача определения различий между конкуренцией и монополией является не только наукой, но и в определенной мере искусством.

Заметьте, что различие между монополией и конкуренцией заключается не в величине различной ценовой эластичности спроса на их товары. Рыночная ценовая эластичность спроса на изделия конкурирующих фирм часто во много раз ниже ценовой эластичности спроса, с которой сталкивается монополист. Ценовая эластичность спроса на пшеницу меньше, чем на камеры «Полароид», хотя пшеница выращивается в условиях почти совершенной конкуренции, в то время как владение патентами на разработку конструкции камеры «Полароид» делает владельца этой фирмы единственным законным поставщиком камер на большинстве рынков. Важным различием между монополией и конкуренцией является то, что кривая спроса для отдельной конкурирующей фирмы принимает вид горизонтальной прямой (независимо от ценовой эластичности соответствующей кривой рыночного спроса), в то время как кривая спроса для монополиста представляет собой ниспадающую кривую спроса совокупного рынка.

**Четыре фактора, способствующих возникновению монополий**

Каким образом фирма становится единственным поставщиком какого-то товара на рынке? По мнению экономистов, существуют 4 фактора, каждый из которых или их сочетания приводят к тому, что фирма становится монополией. Рассмотрим каждый из этих факторов.

1. Исключительный контроль над важнейшими вводимыми факторами производства. Французская корпорация «Перрье» продает минеральную воду, разлитую в бутылки. Она тратит каждый год миллионы долларов на рекламу уникальных свойств этой воды, утверждая, что вода добывается из минерального источника, возникшего в результате такого благоприятного сочетания геологических факторов, какое было отмечено единственный раз за всю историю этой местности. В штате Нью-Йорк компания Адирондакских безалкогольных напитков предлагает свое изделие, являющееся по существу обычной водопроводной водой, насыщенной углекислым газом. Я не могу определить различия между Адирондакской сельтерской водой и водой корпорации «Перрье». Но для многих потребителей, по мнению которых разница между этими двумя видами воды исключительно велика, не существует удовлетворительного заменителя воды корпорации «Перрье». Монопольное положение фирмы «Перрье» по отношению к этим покупателям является результатом исключительного контроля этой фирмы над невоспроизводимыми ресурсами.

Такое же монопольное положение сложилось и в результате полного контроля фирмы «Де Бирс Даймонд Майнз» над большинством мировых разработок по добыче и поставке необработанных алмазов. В настоящее время качество искусственных алмазов настолько улучшилось, что они нередко вводят в заблуждение даже опытных ювелиров. Но многие покупатели предпочитают приобретать настоящие алмазы. И дело здесь не просто в большей твердости камня и в сверкающем отражении лучей. Люди хотят иметь настоящий бриллиант, а компания «Де Бирс» является именно той компанией, которая их имеет.

Исключительный контроль над ключевыми вводимыми факторами, например ресурсами, не гарантирует постоянства монопольной власти. Например, предпочтение, отдаваемое настоящим алмазам, основано главным образом на том историческом факте, что добытые в копях алмазы действительно когда-то превосходили по качеству искусственные. Но, принимая во внимание, что в конце концов искусственные алмазы стало совершенно невозможно отличить от настоящих, можно утверждать, что вскоре не будет никаких оснований для такого предпочтения. В результате фирма «Де Бирс Даймонд Майнз», контролирующая добычу и поставки на рынок настоящих алмазов, перестанет быть монополией с неограниченной властью. Для производства выпускаемых в настоящее время изделий постоянно разрабатываются новые способы, и исключительность вводимых факторов производства, которая генерирует монополию сегодня, завтра может оказаться утерянной.

2. Экономия, обусловленная ростом масштаба производства. Когда кривая долгосрочных средних издержек (при данных фиксированных ценах на ресурсы) представляет собой нисходящую кривую, то самый дешевый способ удовлетворить потребности в продукции отрасли заключается в том, чтобы сконцентрировать производство данного продукта в рамках одной фирмы.

Рынок, который с наименьшими затратами обслуживается одной фирмой, носит название естественной монополии. Часто для иллюстрации приводится пример функционирования местной телефонной станции.

3. Патенты. В большинстве стран мира изобретения защищены с помощью той или иной патентной системы. Патент обычно представляет исключительное право получения выгоды на всех стадиях использования данного изобретения. Но наряду с выгодами существуют и издержки, связанные с использованием патентов. Соответствующая монополия, как будет показано в дальнейшем, обычно окупает издержки, устанавливая более высокие цены для покупателей Что же касается выгоды, то она достигается за счет осуществления большого числа изобретений, которые без патента внедрить было нельзя Хотя некоторые изобретения и совершаются чисто случайно, большинство из них являются результатом длительных усилий солидных исследовательских лабораторий и затраченных на их разработку средств Если фирме не удалось продать свою продукцию по достаточно высокой цене, чтобы возместить указанные издержки, то у нее нет никакого экономического стимула для проведения дальнейших исследований и разработок При отсутствии патентов конкуренция вынудила бы фирму снизить цену до уровня предельных издержек, и темпы нововведений катастрофически бы снизились Защита от конкуренции, обеспечиваемая внедрением патентов, позволяет фирме возмещать издержки на нововведения В Соединенных Штатах срок действия патента составляет в среднем 17 лет. Для одних изобретений этот срок слишком велик, для других — слишком мал Убедительным аргументом в пользу продления срока действия патента является опыт фармакологической промышленности, где на испытание и утверждение лекарства уходит несколько лет, которые также входят в срок действия патента.

4. Государственные лицензии или привилегии. На многих рынках закон не разрешает заниматься бизнесом никому, кроме фирм, имеющих государственные лицензии. Например, в зонах отдыха, расположенной в Массачусетсе, ни один ресторан-закусочная не может начать работать без специального разрешения. Администрация этих зон после проведения переговоров с несколькими компаниями останавливает свой выбор на одной из них и затем передает ей исключительное право обслуживания данной территории. Поскольку сам я принадлежу к любителям Биг Маков, я счастлив, что администрация недавно предпочла фирму «Бургер Кинг», отказав фирме «Макдональдс». Но такой выбор может разочаровать многих других покупателей. Ограничение доступа других фирм к торговле в данном месте объясняется просто отсутствием помещений для их торговых точек. В подобных случаях государственная лицензия является первопричиной возникновения монополии, но на самом деле и здесь имеет место эффект масштаба, только проявляется он в другой форме. Государственные лицензии необходимы и на других рынках (например, для таксистов), где эффект масштаба не является важным фактором.

Государственные лицензии иногда сопровождаются строгими правилами, которые четко регламентируют, что именно может или не может гарантировать лицензия. Если, например, ресторану предоставляется государственная лицензия с исключительными правами, то в ней часто оговаривается, что ресторану разрешается повышать цены не более чем, скажем, на 10% по сравнению с ценами в нерегулируемых торговых точках. В других случаях государство устанавливает чрезвычайно высокую плату за лицензию, фактически вынуждая владельца лицензии повышать цены. Например, администрация некоторых аэропортов, продавая торговые площади своих залов торговцам, фактически вынуждает их назначать самые высокие цены. Ваше недовольство по поводу цены 3,5 долл. на «хот дог» в здании аэропорта La Guardia следует адресовать скорее администрации аэропорта в Нью-Йорке, чем продавцам.

С учетом перспективы наиболее важным из четырех факторов, которые способствуют становлению монополии, является экономия, обусловленная ростом масштаба производства. Производственные процессы с течением времени изменяются, поэтому исключительный контроль над важнейшими используемыми ресурсами представляет собой лишь временный фактор процветания монополии. Патенты тоже по своей природе преходящи. Государственные лицензии могут, конечно, действовать в течение длительного времени, но многие из таких лицензий по сути лишь подтверждают первостепенную важность экономии, обусловленной ростом масштаба производства, которая в любом случае способствует становлению монополии.

Завершая краткий обзор причин, способствующих возникновению монополий, вернемся к вопросу о том, к каким последствиям приводит монополия. Для этого проведем те же исследования, что и для случая совершенной конкуренции, т. е. будем исследовать, какие решения относительно уровня выпуска продукции будет принимать монополия в зависимости от конкретных обстоятельств на рынке. Зададимся вопросом: приводит ли это к такой ситуации, когда все возможные выгоды от обмена исчерпаны. Мы придем к выводу, что, как правило, на этот вопрос следует отвечать отрицательно. Но определяя государственную политику в области улучшения деятельности нерегулируемых монополий, мы убедимся, что именно эта политика играет решающую роль в понимании самой природы монополии.