лично создал Фонд охраны дикой природы; Дж Уильямс с помощью Интернета организовала деятельность более тысячи неправительственных организаций по борьбе против противотанковых мин. Добровольцы (волонтеры) работают по собственной инициативе, безвозмездно, принимая участие в восстановлении храмов, уборке улиц, озеленении и т.д. Например, в США половина жителей еженедельно затрачивает около 5 часов на неоплачиваемую работу в организациях некоммерческого сектора.

Гражданское общество, таким образом, можно представить как своего рода социальное пространство, в котором люди взаимодействуют в качестве независимых друг от друга и государства индивидов. Основа гражданского общества – цивилизованный, самодеятельный, полноправный индивид, обладающий правом на самореализацию как экономических, так и культурных, духовных и политических потребностей.

1. *Бабайцева И.К.* Методология анализа экономических функций государства и механизм их реализации // Вестник СГСЭУ. 2004. № 9.

2. Коммерсантъ (Самара). 2008. 16 окт. (№ 188 (4005)).

3. *Митяева Н.В.* Природа неодонородныъх экономических систем // Вестник СГСЭУ. 2004. № 9.

4. *Margolis H.* Selfishness, altruism and rationality: a theory of social choice. Chicago; London, 1982.

5. *Samuelson P.* The pure theory of public expenditure // Review of economics and statistics. 1954. Vol. 36. № 4.

6. *Tiebout Ch.M.* A pure theory of local expenditure // Journal of political economy. 1956. LXIV.

7. *Tietzel M., Muller C.* Noch mehr zur Meritorik // Zeitschrift fur Wirtschafts – und Sozialwissenschaften. 1998.

8. URL: http//rian.ru/

9. URL: http://www.rg.ru/2010/02/17/reg-privolzhe/samooblozhenie-anons.html

УДК 330.8

В.В. Шульдякова

НЕОКЛАССИЧЕСКИЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОДЫ К СУЩНОСТИ МОНОПСОНИИ

Статья посвящена выявлению сущности монопсонии представителями неоклассической и институциональной школ. С позиции неоклассической теории монопсония – это рыночная структура, аналогичная монополии. Поведение монопсониста также аналогично поведению монополиста. С позиции институциональной теории монопсония связана с неэффективностью институциональной среды и поведенческими стереотипами.

Ключевые слова: *монопсония, неоклассика, институционализм, рыночная структура.*

V.V. Shuldyakova

THE NEOCLASSICAL AND INSTITUTIONAL APPROACHES TO THE ESSENCE OF MONOPSONY

The paper discusses how the essence of monopsony is defined by the representatives of neoclassical and institutional theories. From the viewpoint of the neoclassical theory monopsony is a market structure similar to monopoly. Likewise monopolistic behavior is analogous to monopsonistic behavior. From the viewpoint of the institutional theory monopsony is closely linked to inefficiency of the institutional environment and behavioral stereotypes.

The key words: *monopsony, neoclassicism, institutional theory, market structure.*

Монопсония в неоклассической теории – это рыночная ситуация, для которой характерны единственный покупатель, определяющий весь объем рыночного спроса; наличие большого числа продавцов, имеющих небольшие рыночные доли; стандартизированный товар; полная информация о товарах и ценах; отсутствие взаимодействия продавцов. Рыночная власть в общем виде предполагает способность монопсониста воздействовать на цену товара, изменяя количество, которое может быть куплено. Таким образом, для монополиста инструмент власти – это цены. Когда покупатели могут получить цену, которая ниже их предельной оценки товара, указывается, что они обладают монопсонической властью, а ее размер определяется величиной, на которую предельная оценка превышает цену. Это не означает, что монопсонист может назначать любую, сколько угодно низкую цену. В соответствии с законом стоимости цена должна покрывать издержки производства, в ином случае цены не смогут обеспечить воспроизводство этой группы производителей.

Предполагается, что монопсонист стремится к максимизации своего излишка для потребителя точно так же, как монополист стремится к максимизации своего чистого дохода. Фирма, являющаяся монопсонистом, может предлагать продавцам такую цену, какую захочет, и никто не предложит им цену более высокую. Фирма-монопсонист 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.

Монопсонической ценой на монополизированном рынке является цена, устанавливаемая потребителем, занимающим на этом рынке доминирующее положение, которая ниже равновесной цены. Монопсоническая цена устанавливается в целях получения сверхприбыли путем снижения издержек за счет выгоды поставщика.

Наиболее характерными признаками монопсонической цены являются:

– не обусловленное уровнем потребностей сокращение объемов производства и недоиспользование мощностей предприятий-поставщиков;

– покупка продукции хозяйствующим субъектом, доминирующим на рынке, по ценам ниже уровня, обеспечивающего продавцу получения прибыли на среднеотраслевом уровне и/или возмещения себестоимости, если это не предопределено рыночной конъюнктурой;

– не обусловленное конъюнктурой рынка повышение прибыли хозяйствующего субъекта, доминирующего покупателя на рынке (или/и уровня заработной платы его работников) путем снижения собственных издержек производства (реализации) за счет поставщика.

Монопсонист, как и монополист, может действовать в условиях ценовой дискриминации (это подробно описано Дж. Робинсон). Проявлением власти монопсониста является и перераспределение налогового бремени, что представляет первостепенный интерес не только с точки зрения справедливости, но и с позиции воздействия налогов на аллокацию ресурсов. Налоговые обязательства физических и юридических лиц определяются на основе норм, устанавливаемых законодательством. Налоги с юридических лиц увеличивают издержки, снижая прибыль. Соответственно налогоплательщик, реагируя на эти обязательства, старается вести себя так, чтобы уменьшить ту часть налогового бремени, которую ему предстоит нести. Налогоплательщик, отказываясь от действий, которые повлекли бы принятие налогового бремени, в то или иной степени избегает ухудшения своего положения и косвенно ухудшает положение тех, для кого эти действия представляли бы интерес.

Добиваясь снижения налогового бремени, налогоплательщик способен, в принципе, использовать два легальных пути:

1) *изменение структуры и интенсивности своей экономической деятельности*, что может выразиться как в ограничении деятельности, которая непосредственно подлежит налогообложению, так и в расширении деятельности, дающей право на налоговые льготы;

2) *перемещение налогового бремени на других лиц.*

В обоих случаях в центре внимания оказываются взаимоотношения двух сторон: налогоплательщика и государства. Нередко налогоплательщик способен, формально не снижая обязательств перед государством (а значит, и его доходов), полностью или частично компенсировать свои выплаты за счет других лиц из числа тех, с кем он связан отношениями купли-продажи.

Существует два вида перемещений налогового бремени:

1) *перемещение назад* – в случае, когда покупатель смещает налоговое бремя на продавцов, что ведет к уменьшению реальной заработной платы путем понижения цены покупки (например, расходы на оформление и цена товара);

2) *перемещение вперед* – если продавец смещает налоговое бремя на покупателей, что ведет к росту цены товаров и услуг.

Часто и то и другое происходит одновременно. Например, после введения акциза производители подакцизного товара, вполне вероятно, уменьшат его предложение и сократят спрос на специализированный труд, используемый при изготовлении данного товара. Первое повлечет повышение цены на товар, т.е. перемещение налогового бремени вперед, на покупателей, а второе – снижение заработной платы, т.е. перемещение бремени назад, на поставщиков ресурсов (в данном случае – труда). Какой из этих процессов окажется преобладающим, зависит от конкретных характеристик рынков труда и подакцизного товара.

В реальной жизни чистая монопсония встречается так же редко, как и чистая монополия. На рынке чаще представлен доминирующий покупатель, имеющий определенные преимущества перед остальными потенциальными покупателями товара (гарантированная оплата, закупки в больших объемах, персонификация сделки, поведенческие стереотипы, информационная асимметрия).

Монопсония может быть принудительной и естественной. Принудительная монопсония определяется спецификой продукта и защищена административным решением. Монопсония, возникающая естественным путем, чаще всего связана с локализацией рынка (пространственная), с наличием специфичных материальных и нематериальных активов (сетевая), с низкой емкостью рынка (временная).

Условия и последствия разных видов монопсонии представлены в таблице.

Ситуацию монопсонии также можно рассмотреть в категориях институционализма – «принципал – агент». Властные отношения создают асимметричную ситуацию: принципал (монопсонист) действует в соответствии со своими интересами, а агент (продавец) ограничивается выбором между неоптимальными исходами. В распоряжении принципала – несколько стратегий влияния на границы выбора агента. Он структурирует выбор агента таким образом, что попытки последнего вести себя рационально приводят к достижению результатов, выгодных для принципала. М. Вебер, который первым ввел в научный оборот это понятие [6, p. 943 – 946], не рассматривал его детально. Он ограничился наблюдением, что этот тип доминирования может ощущаться агентом как более гнетущий по сравнению с доминированием на основе легитимизации власти.

Принципалу необходимо обосновать осмысленный (*reasonable*) выбор весьма специфического характера[1]. Агент выбирает не между абсолютно лучшим и следующим по привлекательности (*second best*) вариантами, как предполагается в неоклассической экономической теории, а между наихудшим и менее худшим (*second worst*) вариантами. Продать свой товар монопсонисту или не продать его вообще – вот альтернатива продавца.

Например, монпсонист-принципал предлагает агенту контракт о найме, устанавливая при этом уровень удовлетворенности агента (J7) таким образом, что последний не достигает оптимума. При этом принципал максимизирует свою собственную полезность. Иными словами, он действует согласно принципам оптимиза-

[1] Модель рационального выбора производна от задачи оптимизации, тогда как осмысленный (*reasonable*) выбор опирается на более широкую категорию здравого смысла и требует, чтобы варианты выбора и стратегии выглядели осмысленно с этой точки зрения [5, p. 100 – 105].

ции, а агент выбирает удовлетворительный исход, получая фиксированное вознаграждение. С. Боулз и Г. Гинтис трактуют контракт о найме аналогично. В частности, они утверждают, что агент соглашается на контроль со стороны принципала, так как «получает ренту: существующую работу он ценит выше, чем следующую по привлекательности альтернативу (поиск работы)» [4, p. 568]. Это означает, что, соглашаясь на власть принципала, агент получает больше возможностей.

и избегать сделок с «чужими». Иногда говорят, что такая личностная форма обмена сопряжена с высокими трансакционными издержками, иногда – что персонифицированный обмен способствует их экономии. Интересно, что справедливы оба утверждения. Действительно, ориентация на личностные формы обмена влечет за собой серьезные потери по сравнению с ситуацией, где сделки с незнакомыми партнерами были бы почти настолько же безопасны и надежны, как и с давно и

Виды монопсонии по отраслевым рынкам

Отраслевые рынки	Условия появления монопсонии	Последствия монопсонии	Возможные направления противодействия власти монопсонии
Рынок труда	Пространственная отдаленность; неразвитость транспортной инфраструктуры; особенности территориального размещения производительных сил (градообразующие предприятия, моногорода); небольшая емкость или специфика организации рынка труда (контрактная армия)	Заниженная заработная плата, ценовая дискриминация, ситуация второго наихудшего	Развитие альтернативных видов занятости, переобучение, развитие транспортной инфраструктуры
Рынок энергетических ресурсов	Особенности организации инфраструктуры, административное решение	Высокие первоначальные издержки на искусственное конструирование ситуации	Разделение генерации на несколько независимых электрогенерирующих компаний (ЭГК), которые начинают конкурировать друг с другом за поставку электроэнергии единому закупочному агентству
Рынок переработки сельскохозяйственного сырья (сырое молоко, сахар-песок, услуги по хранению зерна). Торговые сети	Отсутствие или минимум альтернативных способов использования, скоропортящееся сырье, особенности хранения, особенности территориального размещения производительных сил, локализация рынков	Заниженные цены	Установление минимальных закупочных цен, развитие транспортной инфраструктуры
Рынок обязательного медицинского страхования	Административное решение	Снижение качества предоставления услуг, отсутствие свободы выбора потребителя	Развитие добровольного медицинского страхования, введение в систему независимого звена, общественное мнение
Рынки комплектующих, запасных частей, сборочных компонентов	Специфика технологии, специфичные материальные и нематериальные активы	Заниженные цены, дополнительные контрактные условия	Диверсификация производства, долгосрочные контракты
Рынки вооружения, золота, рынки заказов научно-технической оборонной продукции	Специфика товара, административное решение	Неэффективность бюджетных расходов, коррупция	Антикоррупционные меры

«Коммерческая» монопсония носит временный, неустойчивый характер, т.е. быстро разрушается. Она может возникнуть благодаря наличию определенных (объективных или субъективных) преимуществ (рутин) перед потенциальными покупателями товара.

Термин «рутина» применительно к организациям и фирмам означает нормальные и предсказуемые образцы поведения. При этом рутина определяет рациональное, но лишь возможное поведение, тогда как на фактическое поведение помимо рутин воздействует еще и окружающая среда. Принципиально важно то, что именно рутинами руководствуется фирма при выборе стратегии решения стоящих перед ней нерутинных проблем. Следование рутинам при принятии решений проявляется в поведении фирм в таких сферах, как ценообразование, материально-техническое снабжение и даже политика в области рекламы [1, с. 31 – 32].

Сравним два достаточно распространенных описания склонности российских экономических агентов иметь дело только с хорошо известными партнерами, с которыми установились неформальные отношения, хорошо знакомыми. Однако в условиях, когда институты, обеспечивающие надежность и безопасность неперсонифицированного обмена не развиты, поддержание традиционных деловых связей обходится намного дешевле.

В первом случае фактически наблюдаемые издержки сравниваются с трансакционными издержками безличного обмена в условиях развитых институтов рынка (о чем можно судить по опыту других стран), во втором – с издержками при отсутствии необходимых институтов. Поскольку же формирование этих институтов, в свою очередь, требует немало времени, затрат и усилий, нестандартное, казалось бы, поведение россий-ских экономических агентов перестает казаться «странным» и «нерациональным».

Такое состояние, естественно, затрудняет процесс согласования стереотипов различных субъектов и усложняет организацию взаимодействия между ними в рамках экономического кругооборота. Оно может быть устранено лишь в результате постепенной трансформации норм и нормативов. С синергетической точки

зрения когерентность, согласованность целей и мотиваций происходит не на сознательном и индивидуальном, а на уровне наднациональном и неосознанном. Поэтому и спонтанный порядок, который устанавливается, оказывается весьма прочным, ибо он формируется путем отбора и коррекции наиболее жизнеспособного опыта и традиций [2, с. 45]. Снятие неопределенности поведенческих стереотипов представляет не только продолжительный во времени, но и крайне подвижный процесс, для которого характерна высокая изменчивость поведенческих стереотипов. На смену единству группового стереотипа (что свойственно ситуации тождества формальной и неформальной составляющих институциональной среды) приходит их разнообразие, возникающее вследствие неодинаковой ориентации членов функциональной группы на соблюдение неформальных или формальных норм. Разнообразие проявляется в том, что в рамках конкретной области поведения одновременно сосуществуют несколько стереотипов, различающихся не столько стимулом поведения, сколько способами его достижения.

Следует особо подчеркнуть, что большинство способов создания стимула, которые в данных неравновесных условиях выбирают субъекты, являются эффективными лишь с их индивидуальных позиций, выражающих как особенности субъективного восприятия внешней среды, так и доступность и возможность переработки информации о ее состоянии. В результате асимметричности распределения информации процесс индивидуального выбора эффективного способа поведения начинает давать сбои, и отклоняющееся поведение становится распространенным явлением. Возможности получения необходимой информации о состоянии хозяйственных процессов, ее должной обработки и правильной интерпретации снижаются. В результате оценка внешних факторов экономическими субъектами становится менее адекватной. Гипертрофированное значение приобретают объективно малозначимые, случайные моменты, в то время как значимым не придается должного внимания, что проявляется в изменении механизма ожиданий экономических субъектов и склонности к рискам. Это означает, что реализуемые многими субъектами способы достижения целей, представляющиеся им эффективными, на деле (т.е. с народнохозяйственных позиций) таковыми не являются. Более того, часть из них может вообще находиться в противоречии с объективными общественными интересами. Происходит формирование неэффективных институтов.

Чтобы обладать монопольной властью, фирме не требуется быть чистой монопсонией. Частично власть монопсонии определяется количеством покупателей на рынке. Если там только один покупатель (чистая монопсония), монопсоническая власть зависит от эластичности рыночного предложения. Чем менее эластично предложение, тем большей монопсонической властью обладает покупатель. Когда имеется несколько покупателей, монопсоническая власть зависит также от того, насколько агрессивно конкурируют покупатели за предложение.

Таким образом, снижение власти монопсонии происходит в случае развития институтов неперсонифицированного обмена и укрепления контрактной дисциплины; диверсификации производства; возможности ответных действий со стороны продавцов, усиления антимонопольного регулирования. Направлениями снижения власти монопсониста на ресурсных рынках являются:

1) для пространственной монопсонии – развитие инфраструктуры;

2) для сетевой монопсонии – развитие альтернативных сегментов сбыта, ограничение порога доминирования сетей;

3) для монопсонии на рынке труда – развитие профессиональной переподготовки, развитие самозанятости.

В случае, когда монопсонистом (или доминирующим покупателем) является государство, злоупотребление им монопольным положением зависит от структуры отношений между государством и частным сектором. Эти отношения могут поощрять коррупционное поведение или ограничивать его. В условиях неразвитой демократии возникают неэффективные состояния, связанные с тем, что политическим лидерам оказывается выгодно максимально воспользоваться преимуществом их текущего статуса в ущерб будущему [3, с. 25].

Так, если государство покупает товар, который продается также и на частном рынке, то мотивов для подкупа гораздо меньше, чем в случае, когда государство – единственный покупатель. В случае, когда товары заказываются государством специально для общественного использования, должны быть разработаны меры для уменьшения неясностей в инструкциях – требованиях к этим товарам, что позволит снизить стоимость эффективного надзора за правильным выбором исполнителя заказа и повысить вероятность выявления случаев коррупционного поведения. Другим способом борьбы с коррупцией является создание государственной фирмы, которая должна выполнить нечетко формулируемый заказ.

1. *Нельсон Р., Уинтер С.* Эволюционная теория экономических изменений. М.: Финстатинформ, 2000.

2. *Федорова Ю.В.* Возможности согласования частного и общественного интереса при производстве общественных благ // Вестник СГСЭУ. 2004. № 9.

3. *Федорова Ю.В.* Производство общественных благ в условиях рентоориентированного субъектов экономики // Вестник СГСЭУ. 2008. № 5(24).

4. *Bowles S., Gintis H.* Power // The new palgrave: dictionary of economics. 2'd ed. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2008. Vol. 6.

5. *Garfinkel H.* Studies in ethnomethodology. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1967.

6. *Weber M.* Economy and society: an outline of interpretative sociology. N.Y.: Bedminster Press, 1968.