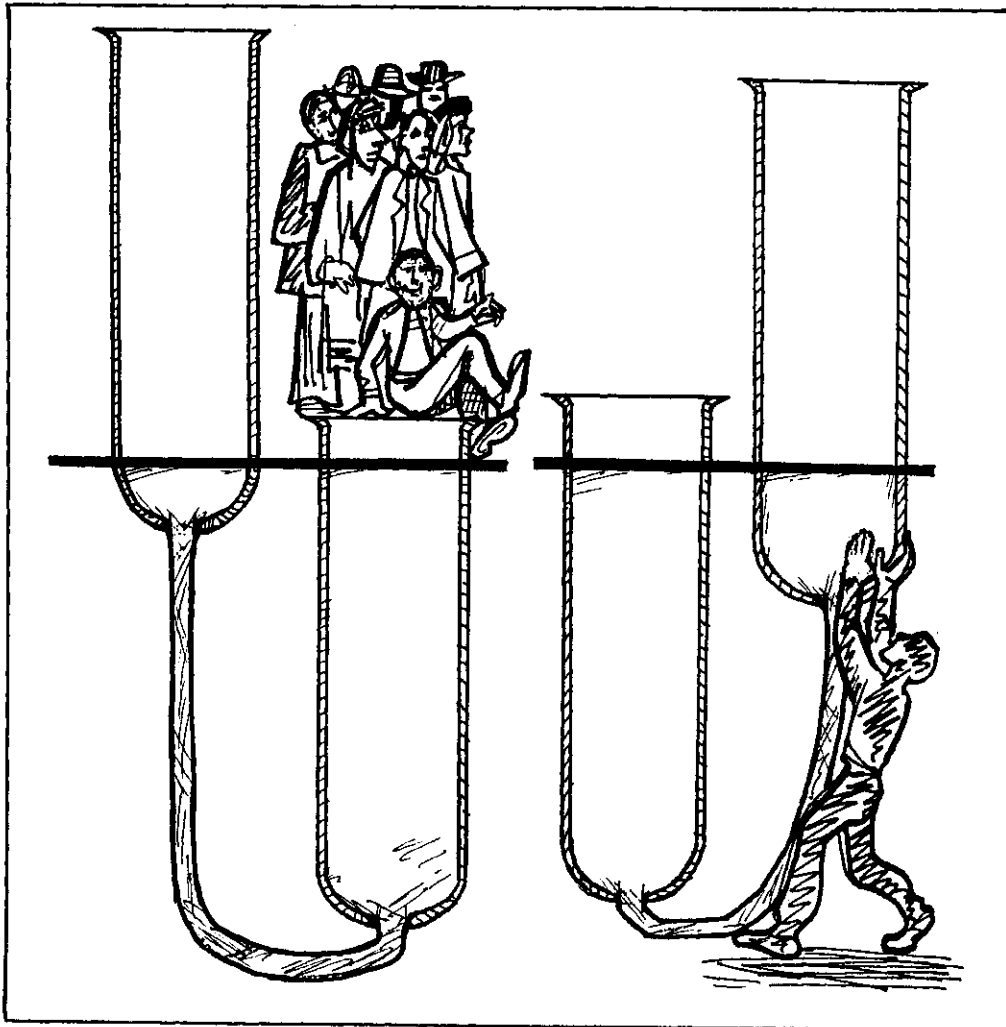


Лекция 33

Структура рынка ресурса :
двусторонняя конкуренция,
МОНОПОЛИЯ

У БАРБОСА ЕСТЬ ВОПРОСЫ. Кто такие «прочие равные»?
РАЗДЕЛ 1. Совершенная конкуренция на рынке ресурса
РАЗДЕЛ 2. Двусторонняя конкуренция на рынке ресурса
РАЗДЕЛ 3. «Сетевые» монополии



БАРБОС. Тут и думать нечего. Хозяин — это Хозяин. А все прочие — равные. Так я по крайней мере полагаю.

АНТОН. На мой взгляд, самое сложное из того, что было у нас в предыдущих выпусках, — это рыночные структуры.

ИГОРЬ. Почему?

АНТОН. Какое разнообразие! Конкуренция и монополия, однородный продукт и дифференцированный продукт...

ИГОРЬ. Но заметь, мы говорили только о рынках потребительских благ. Покупателями были многочисленные домашние хозяйства, и они конкурировали друг с другом. А на рынках ресурсов структуры значительно разнообразнее. Здесь покупатели — фирмы, их может быть много, а может быть — всего одна. А что касается продавцов, то здесь есть все те же возможности, что и на товарных рынках.



АНТОН. Так сколько же всего разных структур у факторных рынков? Столько, сколько различных комбинаций структур спроса и структур предложения? Это же очень много!

ИГОРЬ. Конечно, много, но и это еще не все. Ведь спрос на ресурсы — вторичный, а фирмы-покупатели могут конкурировать друг с другом, а могут быть монополистами, каждая — на рынке своего продукта.

АНТОН. Просто голова кругом! Но в этой-то лек-

ции мы ограничимся только такими рынками, на которых покупателей много, как на товарных рынках. Что же здесь может быть нового? Со спросом отдельной фирмы мы уже разобрались. Осталось, как говорится, горизонтально просуммировать функции индивидуального спроса — и получим отраслевой спрос.

ИГОРЬ. Да нет, здесь все сложнее. Дело тут в *ceteris paribus*.

АНТОН. Это принцип анализа — «при прочих равных». Но при чем он здесь?

ИГОРЬ. Рассмотрим потребительский спрос на некоторый товар. Его объем убывает с ростом его цены *ceteris paribus*, при прочих равных.

АНТОН. А «прочие равные» — это доход потребителя, его вкусы, цены других товаров.

ИГОРЬ. Да, и это общий подход во многих науках. Если, скажем, тебя инте-



ресует зависимость величины электрического тока от напряжения...

АНТОН. Закон Ома?

ИГОРЬ. Да, закон Ома. Ток пропорционален напряжению, если температура и другие существенные параметры при этом не изменяются. А если твой резистор от прохождения тока нагреется, то зависимость будет какая-то другая.

БАРБОС. Да, это так. Или вот еще. В июле в наших местах *ceteris paribus* значительно теплее, чем в марте. А если *ceteris* не *paribus*, то — холод, извините, собачий.

АНТОН. А при чем здесь спрос?

ИГОРЬ. То же самое произойдет и со спросом. Представь себе, что цены на жилье внезапно значительно возросли.

АНТОН. Это довольно легко себе представить.

ИГОРЬ. И что же, ты сократишь потребление услуг твоей квартиры?

АНТОН. Как бы не так! Я постараюсь найти себе еще какую-нибудь работу, скажем, лекции или переводы.

ИГОРЬ. Вот-вот. Ты стараешься увеличить свой доход. И тебе, возможно, это удастся. И ты не останешься на своей кривой спроса на жилье...

АНТОН. Конечно, ведь кривая спроса — «при прочих равных».

ИГОРЬ. ...а перейдешь на другую кривую. И заодно у тебя сдвинутся кривые спроса на фрукты, на обувь и так далее.

АНТОН. Да, потребитель устроен несколько сложнее, чем он описан во втором выпуске.

ИГОРЬ. А в третьем выпуске мы говорили о предложении конкурентной отрасли в длительном периоде. И пришли к выводу, что линия предложения горизонтальна — при прочих равных, а именно при постоянных ценах ресурсов.

АНТОН. Да-да, но с увеличением объема предложения продукта растет спрос отрасли на ресурсы, и если при этом ресурс дорожает, то линия предложения оказывается восходящей.

ИГОРЬ. В том-то и дело, что рынки взаимосвязаны, и «прочие» совсем не обязательно остаются равными.

АНТОН. И что же, анализ зависимости *ceteris paribus* не имеет никакого смысла?

ИГОРЬ. Очень даже имеет. Во-первых, влияние неравных «прочих» может быть слабым и на практике им можно пренебречь — вспомни тот же закон Ома. А во-вторых, мы можем рассмотреть последовательные звенья в цепи взаимосвязей, каждую связь проанализировать на основе принципа *ceteris paribus*, а потом соединить звенья в цепь.

БАРБОС. Чем больше звеньев, тем длиннее цепь. Чем длиннее цепь, тем больше свободы. Но, с другой стороны, чем цепь длиннее, тем она тяжелее. Подвожу итог:

чем больше свободы, тем тяжелее цепь.

АНТОН. Как в случае взаимосвязи рынков ресурсов и продукта?

ИГОРЬ. Мы говорили о влиянии рынков ресурсов на рынок продукта. А в этой лекции мы обсудим обратное влияние — рынка продукта на рынок ресурса. Мы уже знаем, что представляет собой индивидуальный спрос фирмы на ресурс. При прочих равных.

АНТОН. Если эта фирма — конкурентная на рынке своего продукта, то при неизменной цене продукта.

ИГОРЬ. А теперь представь себе, что отрасль покупает ресурс на некотором рынке. И вдруг ресурс подорожал. И что же, по-твоему, цена продукта останется без изменения?

АНТОН. Вряд ли. Продукт тоже подорожает.

ИГОРЬ. Ну вот, а ты собирался горизонтально суммировать кривые спроса, построенные при неизменной цене продукта.

АНТОН. Я чувствую, что здесь есть предмет для серьезного разговора.

БАРБОС. Мы с хозяином ходили как-то на стадион. Вдруг наши кинулись в атаку, а низкорослым плохо видно. Они, естественно, встали. Так им было бы лучше видно *ceteris paribus*. Но тут стало плохо видно длинным. Они, конечно, тоже встали, и все стало как раньше. А гол наши так и не забili.

<Введение>

Эта и следующая лекции посвящены структурам рынков ресурсов производства.

С рыночными структурами мы уже познакомились: им была посвящена примерно половина вып. 3. Почему мы снова возвращаемся к рассмотрению рыночных структур?

Дело в том, что рассмотренные нами структуры относились к рынкам *потребительских благ*. Покупателями на этих рынках были домашние хозяйства. На каждом из таких рынков покупателей много, доля каждого из них в объеме рыночных сделок ничтожна, и ни один из них не может оказать влияния на рыночное равновесие. Иными словами, со стороны спроса все эти рынки — конкурентные. Все разнообразие рассмотренных нами рыночных структур определялось различиями со стороны предложения, и мы характеризовали их как совершенную конкуренцию (продавцов), монополию, олигополию, монополистическую конкуренцию.

На рынке ресурсов также возможны все рассмотренные виды структур предложения. Но покупателями здесь являются фирмы. Их может быть много или мало, а может быть — всего один покупатель. Соответственно структура рынка со стороны спроса может характеризоваться как *полипсония* (конкуренция покупателей, близкая к совершенной), *олигопсония* (покупателей мало) или *монопсония* (единственный покупатель). Характер поведения субъектов, способы адаптации к меняющимся условиям зависят от структуры рынка в целом, т. е. от *сочетания структур* спроса и предложения. Поэтому структуры ресурсных рынков значительно разнообразнее структур товарных рынков.

Но этого мало. Каждая фирма-покупатель действует одновременно на двух рынках — на рынке ресурса и на рынке своего продукта.

Спрос на ресурс является производным от спроса на конечный продукт, и, как мы видели в предыдущей лекции, спрос на ресурс у фирмы — монополиста на товарном рынке отличается от спроса конкурирующей фирмы.

Но и это еще не все. Если на рынке ресурса много покупателей, то это не полностью характеризует структуру спроса. Фирмы-покупатели могут быть «одинаковыми» или «разными» — они могут производить однородный продукт или различные продукты. Например, железобетонные конструкции покупают только строительные организации, а древесину — и мебельные, и карандаш-

ные, и строительные, и многие другие фирмы. Кроме того, некоторые продукты могут приобретаться и фирмами, и домашними хозяйствами, т. е. потребляться и в качестве производственного ресурса, и в качестве потребительского блага. Например, муку покупают хлебозаводы, макаронные и кондитерские фабрики, а также домашние хозяйства. А электроэнергию потребляют вообще все фирмы и все домашние хозяйства. Это означает, что спрос на ресурс может быть производным по отношению к спросу на разные конечные продукты, а кроме того, этот производный спрос может сочетаться с непосредственным потребительским спросом.

Мы здесь оговорили лишь количественный аспект рыночных структур — число продавцов и покупателей. Для факторных рынков, как и для товарных, существенны и другие стороны: однородность или дифференцированность товара, наличие барьеров для входа и выхода, полнота информации и др.

Структура факторного рынка определяется сочетанием всех перечисленных обстоятельств. Рассмотреть все сочетания не представляется возможным. Мы ограничимся лишь наиболее характерными. Они схематически представлены в таблице. Здесь комментария требует структура Ia. Она соответствует рассмотренному выше случаю: покупателями ресурса являются фирмы, производящие различные блага и продающие их на разных товарных рынках, а также домашние хозяйства.

Основные сочетания структур рынков ресурса и рынков благ

	Рынок ресурса		Фирмы	Рынок благ	
	продавцы		покупатели продавцы		покупатели
I	Много	Двусторонняя конкуренция	Много	Двусторонняя конкуренция	Много
Ia	»	Смешанная структура	»	Двусторонняя конкуренция	»
			Несколько	Олигополия	»
			Одна	Монополия	»
			Домашние хозяйства		
II	Один	Монополия	Много	Двусторонняя конкуренция	Много
III	Много	Монополия	Одна	Монополия	»
IV	Один	Двусторонняя монополия	»	Монополия	»

РАЗДЕЛ 1

Совершенная конкуренция на рынке ресурса

О совершенной конкуренции см. лекцию 25

Предположим, что на рынке некоторого ресурса действует совершенная конкуренция.

Этот ресурс может быть первичным или продуктом деятельности других фирм. Формирование индивидуального предложения первичных ресурсов будет рассмотрено в следующих лекциях. В любом случае конкуренция продавцов ведет к тому, что рыночная кривая предложения есть горизонтальная сумма кривых предложения отдельных продавцов.

А как формируется рыночный спрос на ресурс?

Поведение покупателя ресурса зависит от структуры рынка, на котором он продает свой продукт. Рассмотрим два случая: 1) покупатель ресурса продает свой продукт на конкурентном рынке; 2) покупатель является монополистом на рынке своего продукта.

Рассмотрим эти ситуации по очереди.

Спрос конкурентной отрасли на ресурс

Предположим, что все фирмы — покупатели продукта производят один и тот же продукт и продают его на одном рынке.

Рассмотрим рынок хлопка, который выращивается множеством независимых фермеров, а превращается в пряжу множеством независимых фирм.

Читатель уже знает, каким образом формируется спрос отдельной фирмы на отдельный ресурс в зависимости от его цены при прочих равных условиях. Кривая спроса имеет вполне определенное положение, характеризуется отрицательным наклоном и зависит от цен на другие ресурсы и от цены готовой продукции.

Предположим, что для цены пряжи P_1 нам известны такие кривые для всех фирм-«прядильщиков». Казалось бы, следующим нашим шагом должно стать горизонтальное суммирование кривых спроса отдельных фирм и получение кривой отраслевого спроса на хлопок в зависимости от его цены подобно тому, как это делалось для товарных рынков.

*ЭШ. Вып. 1.
С. 84–85*

Кривая D_1 на рис.1 построена в результате такого суммирования, но, нужно быть осторожным, кривой отраслевого спроса на хлопок она не является, и вот почему.

Кривая D_1 отражает спрос всех фирм на хлопок при условии, что цена пряжи сохраняется на уровне P_1 . Но давайте посмотрим, что произойдет, если на рынке хлопка цена снизится до значения p_2 . В этом случае кривая предложения пряжи отдельной фирмы сдвинется вправо, соответственно сдвинется вправо (т. е. возрастет) и предложение всей прядильной отрасли. Это приведет к снижению цены пряжи, а следовательно, и к снижению спроса на хлопок. Фирмы не захотят увеличивать производство в том объеме, которому соответствует Q_4 . Отраслевой спрос на хлопок будет несколько меньше Q_4 и составит, скажем, Q_2 .

Аналогично при цене, превышающей p_1 (например, p_3), кривая D_1 показывает заниженный объем спроса на хлопок (Q_5). На самом деле при уменьшении отраслевого предложения пряжи ее цена вырастет и, следовательно, будет предъявлен объем спроса больший, чем Q_5 , например Q_3 .

Итак, при ценах ниже p_1 кривая D_1 показывает завышенный объем спроса, а при ценах выше p_1 — заниженный. Можно сказать, что каждому значению цены хлопка p соответствует вполне определенный объем спроса фирм-«прядильщиков» с учетом изменения цены на готовую продукцию. Если соединим все эти точки, получим некоторую кривую D_c , которая и является кривой спроса отрасли на хлопок. Она показывает, какое количество хлопка будет куплено при той или иной его цене с учетом сдвига равновесия на рынке готовой продукции.

Спрос нескольких отраслей на ресурс

Нам осталось ответить только на один вопрос: как образуется общий спрос на некоторый ресурс нескольких отраслей, которые могут иметь различные структуры рынков готовой продукции?

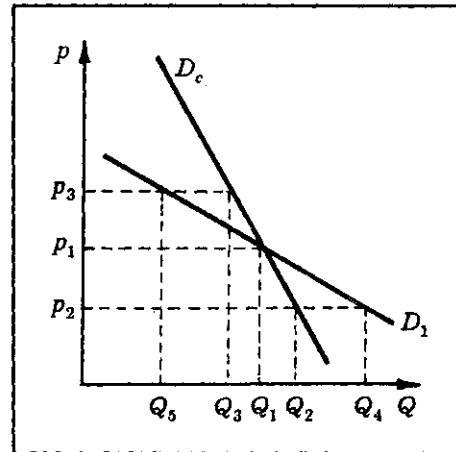


Рис. 1. Кривая отраслевого спроса на ресурс.

В принципе, каждая конкурентная отрасль имеет свою кривую отраслевого спроса, построенную с учетом изменения цены ее продукции. Монополисты имеют кривые спроса на ресурс, описанные в лекции 32. Но для получения кривой рыночного спроса на ресурс суммировать по горизонтали эти кривые опять с полной уверенностью нельзя: ведь спрос на продукцию одних отраслей может зависеть от цен на продукцию других.

В определенных случаях этим влиянием можно пренебречь: в уже приведенном примере с рынком древесины спрос на карандаши практически не зависит от цен на стулья, а спрос на газеты очень слабо зависит от спроса на писчую бумагу. Поэтому, если мы сложим по горизонтали кривые отраслевого спроса этих отраслей, полученную кривую можно считать кривой рыночного спроса.

Но на рынке муки покупателями являются фирмы, спрос на продукцию каждой из которых находится в очень тесной связи с ценами на продукцию других. Спрос на булочки достаточно сильно зависит от цен на пирожные, спрос на торты — от цен на печенье, а спрос на макароны — от цен на хлеб. Поэтому здесь необходимо построение совершенно другой кривой, которая будет учитывать все взаимовлияния равновесия на рынках готовой продукции.

РАЗДЕЛ 2

Монополия на рынке ресурса

Допустим, что предложение некоторого ресурса монополизировано, а спрос конкурентный.

Мы уже анализировали подробно поведение монополиста в лекции 26. Оптимальным для него является объем выпуска, при котором предельные затраты на производство следующей единицы равны приращению общей выручки в результате ее продажи. Причем в отличие от конкурентной фирмы монополист сталкивается со всей кривой рыночного спроса, и поэтому предельная выручка при увеличении объема продаж у него убывает.

Монополист на рынке ресурса тоже имеет дело со всей кривой рыночного спроса. Принципы ее построения мы рассматривали в

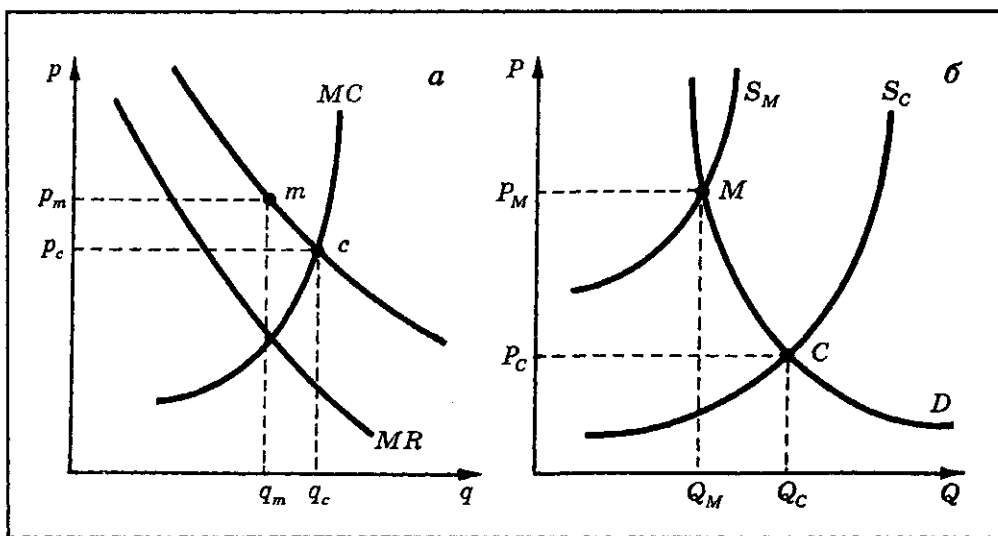


Рис. 2. Монополия на ресурсе и равновесие на рынке готовой продукции.

предыдущем разделе. И для монополиста совершенно естественно будет принимать в расчет *изменение* его общей выручки, т. е. предельную выручку MR (рис. 2, а). Напомним, что предельная выручка меньше цены спроса, и потому кривая MR расположена ниже кривой D_c .

Оптимальным для него будет объем выпуска, равный q_m , определяемый точкой пересечения кривых MR и MC . При всех значениях выпуска, меньших q_m , прирост общей выручки в результате продажи дополнительной единицы ресурса превышает предельные затраты на ее производство, а при всех значениях выпуска больше q_m затраты на производство дополнительной единицы ресурса превышают прирост выручки от ее продажи. При этом цена ресурса устанавливается на некотором уровне p_m .

Определим, как изменяется равновесие на рынке готовой продукции, если фирмы покупают ресурс не на конкурентном рынке, а у монополиста.

При данном значении цены ресурса p_m кривой предложения готовой продукции станет некоторая кривая S_M (рис. 2, б) и равновесие устанавливается в точке M . При этом цена продукции равна P_M , а количество — Q_M .

Давайте сопоставим равновесия на рынке готовой продукции при конкурентном и монопольном предложении на рынке ресурса. Для этого предположим, что произошло объединение продавцов ресурса в одну фирму.

Если бы продавцы действовали по отдельности, то ценообразование происходило бы по принципу $MC = p$ и ресурс производился и

продавался бы в объеме q_c по цене p_c . При этой цене ресурса кривая предложения продукта фирм, его использующих, имела бы некоторое положение S_c (рис. 2, б) и равновесие на рынке этого продукта установилось бы в точке C . При этом потребители платили бы меньше за единицу блага и общий объем его потребления был бы больше.

Таким образом, появление монополии на рынке ресурса так же невыгодно для потребителей, как и появление ее на рынке потребительского блага. Готовая продукция фирм, использующих этот ресурс, может быть еще не потребительским благом, а в свою очередь ресурсом для других фирм, но это не меняет сути — на кривую предложения потребительского блага, производимого в конце данной технологической цепочки, это окажет такое же воздействие — она сдвинется вверх. Например, если монополизировано выращивание хлопка, то это приведет к более высокой цене пряжи, затем к более высокой цене ткани и, наконец, к более высокой цене готовой одежды. Причем на всех стадиях производства, кроме монополизированной (т. е. у «прядильщиков», «ткачей» и «портных»), может существовать конкуренция, но на цене готового продукта все равно скажется более высокая цена хлопка. Если же и на этих стадиях по некоторым причинам возникает монополия, то цена готовой одежды в длительном периоде будет еще выше. Более подробно мы рассмотрим это в разделе 2 следующей лекции, так как каждый монополист в данном случае будет являться еще и монополистом, принципы поведения которого нам еще не знакомы.

Остается заметить, что если ресурс, производство которого монополизировано, используется фирмами нескольких отраслей, то более высокая цена этого ресурса окажет влияние на цены продуктов всех этих фирм. Например, монополия на рынке стали будет причиной более высокой цены очень многих благ: от кнопок и крепок до автомобилей и самолетов. Соответственно и страдать будет потребление всех этих благ.

РАЗДЕЛ 3

«Сетевые» монополии

Весьма распространенной в сфере снабжения ресурсами является естественная монополия, связанная с транспортировкой ресурса по технологическим сетям (электрические кабельные сети, водопроводные, газовые и т. п.). Если покупателю необходимо, чтобы ресурс был доступен ему всегда и в достаточном количестве, часто наилучшим решением оказывается присоединение к сети. Присоединение

происходит в буквальном смысле — прокладываются кабели и трубопроводы, по которым и будет поставляться ресурс. Непрерывность подачи ресурса по присоединенной сети решает проблему доставки, а в некоторых случаях делает ненужным создание и хранение производственного запаса. Однако за это приходится расплачиваться потерей свободы выбора продавца на рынке ресурса.

Рассмотрим конкретный случай из практики. Киришский нефтеперерабатывающий завод в Ленинградской области получает по нефтетрубопроводу из Сургутского месторождения сырую нефть, которую отличает высокое содержание соединений серы. В силу этого затраты на нефтепереработку высоки, бензин получается очень дорогой, и поэтому в Санкт-Петербурге и Ленинградской области продается большое количество бензина, произведенного в других регионах. Таким образом, завод стал в значительной степени «заложником» системы ресурсоснабжения.

Далее по технологической цепочке, созданной еще при плановом хозяйстве, следует транспортировка светлых нефтепродуктов с Киришского завода в Санкт-Петербург по 300-километровому трубопроводу. Фирма, владеющая им, испытывает значительные трудности — ведь киришский бензин очень дорог и его вытесняет привозной. Фирма вынуждена диверсифицировать свою деятельность, сдавая в аренду свои хранилища и даже закупая бензин, поступающий по железной дороге, для последующей реализации. Услугами этого трубопровода стабильно пользуются только хозяйствующие субъекты, сами являющиеся монополистами на рынках производимых ими продуктов. Например, аэропорт, имеющий монополию на заправку топливом всех обслуживаемых там воздушных судов, получает авиационное топливо с Киришского завода по трубопроводу и без проблем реализует его со значительной наценкой.

Этот пример, на наш взгляд, наглядно иллюстрирует, что подорожавший в силу монопольной ситуации на рынке ресурса конечный продукт может не найти покупателя, если рынок конечного продукта в свою очередь не монополизирован.

Практически все монопольные поставщики ресурсов относятся к разряду естественных монополий. В соответствии с законодательством цены на их продукцию не являются свободными рыночными ценами, а регулируются тем или иным путем. Поэтому в реальной жизни трудно наблюдать картинку из учебника, когда на рынке ресурсов имеется единственный поставщик, вольный устанавливать максимизирующие его прибыль цены. Тем не менее такое стремление всегда имеет место и его можно наблюдать в виде различных попыток обойти ценовое регулирование.

Возьмем в качестве примера положение дел в области обеспечения энергоснабжения в Санкт-Петербурге. Этим обеспечением занимается

Акционерное общество открытого типа «Ленэнерго». Его контрольным пакетом акций (49%) владеет РАО ЕЭС (Российское акционерное объединение «Единая энергетическая система»). Доля АО «Ленэнерго» в общем объеме производства электроэнергии по Санкт-Петербургу составляет 99.55%, по теплоэнергии — 51% (однако в силу сетевой привязки рыночная власть поставщика теплоэнергии более значительна, чем его рыночная доля). По распределению электроэнергии АО «Ленэнерго» является естественной монополией как держатель магистральных распределительных сетей. Подавляющее большинство конечных потребителей в Санкт-Петербурге покупает электрическую энергию у «Ленэнерго».

Тарифы на отпуск энергии регулируются специально созданным органом — Региональной энергетической комиссией (РЭК). Установлен порядок, согласно которому РЭК рассматривает и принимает решения по изменению тарифов и дате их введения, рассчитывая их согласно специальной методике расчета тарифов. В ней регламентируются статьи затрат на производство энергии. Размер прибыли может устанавливаться произвольным образом, по усмотрению РЭК.

В России (Санкт-Петербург здесь не исключение) сложилась ситуация, при которой тарифы на поставки электроэнергии для населения поддерживаются на низком уровне благодаря завышению тарифов для промышленных потребителей, хотя реальные издержки на снабжение ресурсом крупных потребителей по объективным причинам часто бывают даже ниже из-за эффекта экономии на масштабах производства. Разница в тарифах для разных групп потребителей достигает порой значительных масштабов. Это ведет к целому комплексу негативных последствий, которые следует рассматривать как издержки регулирования. Однако издержки госрегулирования монополии — тема особого разговора (подробно о них см.: «ЭШ», вып. 5). В нашем же случае нас непосредственно интересует то, как монополия может «проталкивать» монопольные цены на ресурс в обход госрегулирования.

На примере АО «Ленэнерго» прослеживаются пути использования монопольной силы для достижения наибольшей выгоды в случаях, если возможность завышать основную цену отсутствует. Так, например, будучи приватизированным, АО «Ленэнерго» использовало так называемое долевое участие потребителей в развитии энергосистемы. Норматив долевого участия устанавливался самим АО бесконтрольно, исходя из необходимости будущего объема инвестиций, не обеспеченного доходами от основной деятельности (продажа энергии). Таким образом, долевое участие — целевым образом передаваемые энергоснабжающей организации финансовые и материальные средства на развитие, увеличивающие имущество предприятия и соответственно акционеров, — являлось скрытой формой повышения цены

энергии в виде платы за подключение к энергосистеме. Ведь передача средств и объектов АО «Ленэнерго» производилась безвозмездно, как условие заключения в будущем договора купли-продажи энергии.

Кроме того, АО «Ленэнерго» взимало значительную плату с потребителей за оформление и переоформление договора на присоединение к электросети, а также за подготовку технических условий на присоединение мощности абонента к электро- или теплосетям. Ценообразование на эти «услуги» не регулировалось. При анализе цен по представленным АО «Ленэнерго» калькуляциям было выявлено наличие двойного учета заработной платы (в тарифах и калькуляции стоимости услуг), так как, с одной стороны, при расчете тарифов на отпуск тепловой и электрической энергии (по части, относимой на себестоимость) учитывается зарплата всего промышленно-производственного персонала АО «Ленэнерго», а с другой стороны, работы по подготовке договоров и технических условий, согласно Правилам пользования электрической и тепловой энергией, входят в обязанности энергоснабжающей организации и потому проводятся в рабочее время штатными работниками (исходя из этого формируется норматив их численности). В сами технические условия на присоединение к сетям энергоснабжающая организация включала требования о предоставлении ей квартир, гаражей, о проведении работ. Эти требования напоминали продажу дефицитных потребительских товаров с «надбавкой» при социализме.

Подобная практика была довольно типичной для России. Проверкой предприятий энергетики России, проведенной Департаментом цен Министерства экономики в 1995 г., в качестве типовых были отмечены следующие нарушения:

— завышение тарифов на электро- и теплоэнергию за счет преднамеренного завышения затрат в расчетах путем включения расходов, связанных с оказанием услуг по неосновной деятельности (например, техническое обслуживание объектов согласно договорам, сдача основных фондов в аренду, реализация химически очищенной воды и т. п.);

— дополнительное взыскание платы с потребителей за работы, учтенные в тарифах, — за выдачу технических условий, согласование документов, поддержание резервного оборудования в рабочем состоянии, за воду на подпитку теплосетей и т. д.

В то же время, по данным комплексной проверки предприятий энергетики России, тарифы для которых не регулировались (типа ведомственных котельных), фактическая рентабельность по итогам 1994 г. достигала на некоторых из них 240%, т. е. происходило явное злоупотребление рыночной властью через завышение цен.

Тенденция к установлению монопольных цен в обход регулирования была характерна и для железнодорожного транспорта. Обычным нарушением был немотивированный отказ от обслуживания потребителя. Так, например, ссылаясь на необходимость обеспечения финансирования объектов железной дороги, Управление Октябрьской железной дороги требовало от грузоотправителей экспортных грузов дополнительных (сверх тарифов) выплат. При отказе выплатить эти средства заявка на перевозку не принималась.

Внешне оформление передачи таких средств маскировалось под договорные тарифы, проверить правильность расчета которых весьма затруднительно. Регулирование ценообразования в виде установления нормы рентабельности на какие-либо отдельные виды продукции (услуг) вообще наталкивается на невозможность проконтролировать соответствие затрат именно данному виду продукции.

Для железной дороги были характерны нарушения антимонопольного законодательства и при осуществлении пассажирских перевозок. Например, под предлогом необходимости улучшения санитарно-гигиенической обстановки в вагонах и повышения уровня обслуживания пассажиров в поездах дальнего следования стоимость комплекта белья увеличивалась за счет включения в нее дополнительно стоимости так называемого санитарно-гигиенического пакета. При этом пассажир не имел права выбора.

Подобным же образом пассажирам навязывается при покупке билетов и дополнительная услуга по страхованию на случай отставания от поезда. При этом страховой компанией является учрежденное Октябрьской железной дорогой Балтийское страховое общество. Установление дополнительного так называемого перронного сбора на Витебском вокзале под предлогом необходимости охраны правопорядка также противоречило антимонопольному законодательству и было запрещено Санкт-Петербургским территориальным управлением Государственного комитета по антимонопольной политике РФ.