

2. The Global Competitiveness Report. – 2013. [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал Всемирного экономического форума (WEF). – Режим доступа: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2012-2013/>.

3. Анимица, Е. Г. Статистика в российской региональной экономике / Е. Г. Анимица // Формирование информационной экономики-статистической системы Уральского региона: тез. выступлений. – Екатеринбург, 2000. – С.7–10.

4. Безрукова, Т. Л. Устойчивое развитие предприятия: вопросы методологии (статья) / Т. Л. Безрукова, Е. А. Яковлева, Цзян Чжаося // Международный научный журнал: «Механизм регулирования экономики». – 2008. – № 3. – Т. 2. – С. 214–215.

5. Данилов-Данильян, В. И., Лосев, К. С. Экологический вызов и устойчивое развитие: учеб. пособие / В. И. Данилов-Данильян, К. С. Лосев – Москва: Прогресс-Традиция, 2000. – 416 с.

6. Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / Пер. с англ.; под ред. и с послесл. С. А. Евтеева и Р. А. Перелета. – Москва: Прогресс, 1989. – 372 с.

7. Рязанов, В. Т. Экономическое развитие России: реформы и российское хозяйство в XIX-XX вв. – СПб.: Наука, 1998. – 357 с.

*Presented the current state of competitiveness of Russian economy. Discussed the problems of territorial economic growth in Russia from the perspective of modern definitions of competitiveness and sustained development, which relates to the process of globalization, of the country and regions. Offered a set of actions to ensure competitiveness of business structures in terms of Russia's accession to the WTO.*

**Льву Ань Минь** – аспирант кафедры экономики и предпринимательства Московской академии экономики и права, Москва, Россия. E-mail: [anhmin-hluu@gmail.com](mailto:anhmin-hluu@gmail.com).

УДК 338.516.4

**Ю. А. Волкова**

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ВЕРТИКАЛЬНЫХ ЦЕНОВЫХ СОГЛАШЕНИЙ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ**

*Рассмотрены теоретические аспекты механизма возникновения вертикальных ценовых соглашений на товарных рынках: определены экономическая сущность вертикальных ценовых соглашений, основные мотивы заключения вертикальных соглашений о ценах для субъектов хозяйствования и экономические последствия данных соглашений.*

Развитие рыночных отношений в Республике Беларусь, как и в любой другой стране, предполагает наличие действенного механизма, гарантирующего существование конкурентной экономической среды. Многими учеными-экономистами доказано огромное значение наличия конкурентной борьбы для эффективного функционирования рыночной экономики. Как известно, крайней противоположностью абсолютно конкурентному рынку является монополия, характеризующаяся в большинстве случаев ущемлением интересов потребителей в пользу монополиста и, как следствие, снижением общественного благосостояния. В этой связи несомненно важным и актуальным вопросом является разработка действенного механизма ограничения антиконкурентных соглашений на товарных рынках.

В экономической литературе выделяют два типа соглашений, имеющих или могущих иметь своим результатом ограничение конкуренции: вертикальные и горизонтальные. Далее здесь мы будем анализировать вертикальные соглашения. Проведенный анализ литературных источников по данной тематике позволил установить, что вертикальные соглашения – это соглашения между двумя и более организациями, находящимися на различных уровнях в последовательной цепочке создания ценности какого-либо товара.

Анализ экономической литературы позволил также установить следующие мотивы организаций для заключения вертикальных соглашений.

1. Наличие высоких транзакционных издержек. Например, необходимость осуществления инвестиций в специфические активы для получения исходного или производства промежуточного продукта, необходимого, в свою очередь, для производства конечного продукта (осуществляется вышестоящей организацией) или необходимость осуществления капиталовложений для реализации конечного продукта (осуществляется нижестоящей организацией). Наличие высоких транзакционных издержек, связанных с производством и сбытом конечной продукции, является достаточным побудительным мотивом для организации, осуществляющей инвестиции в так называемые «специфические активы» для заключения вертикального соглашения, гарантирующего длительные взаимовыгодные отношения, по условиям отличающегося от обычных принятых на конкурентном рынке разовых контрактов.

2. Стремление к снижению давления со стороны государства и контрагентов. В первом случае вертикальная интеграция позволяет манипулировать объемом полученной прибыли, перераспределяя ее между подразделениями интегрированной организации, что важно в случаях:

- введения государством ограничений на норму прибыли;
- желая оптимизации налоговых выплат (снижения налоговой на-

грузки).

Во втором случае вертикальная интеграция помогает снизить потери от монопольной власти. Так, независимые поставщики сельскохозяйственной продукции, сталкиваясь с закупочной фирмой, обладающей монополистической властью, повысят прибыль, объединившись в кооператив и построив предприятие по переработке сельскохозяйственной продукции [1, с. 137–138].

3. Проблема «двойной маржинализации». Суть механизма «двойной маржинализации» представлена на рисунке.

Пусть определенная рыночная структура, состоит из вышестоящей фирмы ( $K$ ) и нижестоящей ( $N$ ). Допустим, что фирма  $N$  – это розничный торговец, а фирма  $K$  – производитель продукции, оптовый продавец или поставщик необходимых фирме  $N$  факторов производства. Предположим также, что на конечный продукт (поставляемый  $K$ ) существует спрос  $Dp$ , и для производства одной единицы продукции  $K$  требуется одна единица затрат. Допустим, что  $K$  не несет иных издержек, кроме оптовой цены ( $w$ ), уплачиваемой поставщику. Наконец, фирма  $N$  несет постоянные предельные издержки  $c$ . Определено, что для случая, когда  $K$  и  $N$  вертикально интегрированы и максимизируют прибыль, оптовая цена – это обычная трансфертная цена. То есть оптовая цена вышестоящей фирмы равна предельным издержкам нижестоящей фирмы. То, что (совместно) максимизируют фирмы, это совокупная прибыль:

$$\pi = (p - c) \cdot D(p),$$

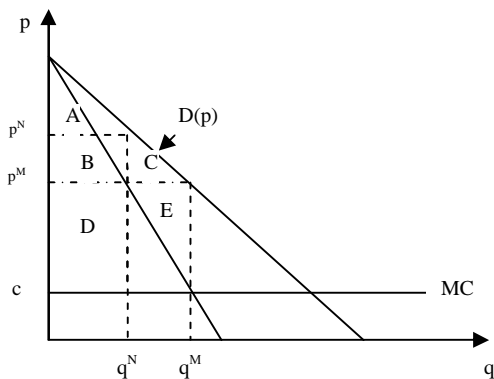
где

$\pi$  – совокупная прибыль фирм  $K$  и  $T$ ;

$p$  – цена;

$c$  – предельные издержки;

$D(p)$  – уровень спроса на продукции при цене  $p$ .



### Рисунок – «Двойная маргинализация»

Источник: составлено автором по материалам: [1, 2].

Пусть  $p^M$  будет ценой, при которой указанная совокупная прибыль максимальна.

Рассмотрим случай, когда фирмы действуют отдельно друг от друга. Допустим, что контрактные отношения между  $K$  и  $N$  сводятся к установлению оптовой цены  $w$ . Другими словами,  $K$  определяет  $w$ , а  $N$  в зависимости от  $w$  выбирает, сколько продукции покупать.

В условиях вертикального разделения фирма  $N$  выбирает  $p$ , чтобы максимизировать  $(p - w) \cdot D(p)$ , причем  $w$ , в сущности, является предельными издержками фирмы  $N$ . Поэтому, чтобы повторить решение, оптимальное при вертикальной интеграции, фирма  $K$  должна была бы предложить фирме  $N$  оптовую цену, равную предельным издержкам. Но в этом случае прибыль  $K$  составила бы ноль. Таким образом, оптимальным для фирмы  $K$  будет установление  $w$  выше предельных издержек. По сути организация  $K$  может позволить установить себе монопольную цену, при которой она максимизирует свою прибыль, то есть  $w = p^M$ . Но тогда  $N$  поднимет цену выше уровня  $p^M$ , что наверняка не оптимально для фирм как группы. Данная ситуация представлена на рисунке.

Из рисунка видно, что в случае вертикальной интеграции совокупная прибыль интегрированной фирмы составит:

$$\pi = (p^M - c) \cdot q^M,$$

где

$p^M$  – монопольная цена;

$q^M$  – объем реализации при цене  $p^M$ .

На рисунке данная область является суммой площадей прямоугольников D, E.

Излишек потребителя в данном случае составляет площадь, ограниченную линией цены снизу и линией спроса сверху, то есть для варианта вертикально интегрированной фирмы суммой площадей многоугольников A, B, C.

Итак, при вертикальной интеграции поскольку нижестоящая фирма находится в собственности вышестоящей, последняя может, например, установить оптовую цену (т.е. просто трансфертную цену) на уровне  $p^M$  и предписать нижестоящей фирме установить розничную цену, равную оптовой. Однако при вертикальном разделении такая схема не будет работать. Действительно, в этом случае нижестоящая фирма окажется с нуле-

вой прибылью, тогда как, установив цену выше  $p^M$ , она добьется положительной прибыли. Здесь оптимальной для нижестоящей фирмы ценой является  $p^N$  (точка, в которой кривая предельного дохода пересекается с кривой предельных издержек розничного торговца, которые равны оптовой цене  $p^M$ ).

**Таким образом, в** случае вертикального разделения фирм совокупная прибыль организаций  $K$  и  $N$  будет определяться суммой прибыли каждой из них.

$$\pi = \pi^K + \pi^N,$$

где

$\pi^K$  – прибыль фирмы  $K$ ,

$\pi^N$  – прибыль фирмы  $N$ .

При этом прибыль вышестоящей организации  $K$  будет равна:

$$\pi^K = (p^M - c) \cdot q^N,$$

где

$q^N$  – уровень спроса на продукцию при цене  $p^N$

На рисунке прибыль организации  $K$  ограничена площадью многоугольника  $D$ .

Прибыль нижестоящей в иерархической цепочке создания ценности товара организации  $N$  в данном случае определяется как:

$$\pi^N = (p^N - p^M) \cdot q^N,$$

где

$p^N$  – оптимальная цена розничного торговца при оптовой цене, равной  $p^M$ .

На рисунке прибыль организации  $N$  ограничена площадью прямоугольника  $B$ .

Излишек потребителя в данном случае ограничен площадью треугольника  $A$ .

Совокупная прибыль организаций  $K$  и  $N$  составит:

$$\pi^N = (p^N - c) \cdot q^N$$

На рисунке совокупная прибыль организаций ограничена суммой площадей прямоугольников В и D.

Проведенное исследование позволило установить, что в результате вертикального разделения организаций за счёт механизма «двойной маржинализации» снижается общая эффективность рыночного механизма, что проявляется как в снижении прибыли каждой из организаций, как следствие, их совокупной прибыли, но и благосостояния потребителей.

Таким образом, установлено, что организации, заключающие вертикальные соглашения чаще всего имеют для этого вполне определенные мотивы максимизации совокупной прибыли, «упрочнения» своего положения на рынке и гарантии окупаемости своих инвестиций.

#### *Список литературы*

1. Авдашева, С. Б. Теория организации отраслевых рынков: учебник / С. Б. Авдашева, Н. М. Розанова. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.
2. Кабраль, Л. М. Б. Организация отраслевых рынков. Вводный курс / Луис М. Б. Кабраль. – Минск: ООО «Новое знание». – 2003. – 355 с.
3. Ивановская, И. В. Факторы возникновения и устойчивости ценовых соглашений на рынке / И. В. Ивановская, Н. П. Драгун // Вестник ГГТУ им. П. О. Сухого. 2011. – № 3. – С. 82 – 95.
4. Об утверждении Инструкции по выявлению и пресечению антиконкурентных соглашений (согласованных действий) о ценах: постановление Министерства предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь от 28 апреля 2000 г., № 9 / Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/> Дата доступа: 24.01.2013.
5. Хэй, Д. Теория организации промышленности: в 2 т. Т. 2./ Д. Хэй, Д. Моррис: пер. с англ. под ред. А. Г. Слуцкого. – СПб.: Экон. шк., 1999.

*Disclosed are the theoretical aspects of the mechanism of vertical price agreements on commodity markets: the economic substance identified vertical price agreements, the main motivation to enter into vertical price agreements for economic entities and the economic impact of these agreements.*

**Волкова Юлия Александровна**, аспирант, преподаватель кафедры «Экономика» Гомельского государственного технического университета им. П. О. Сухого, Гомель, Беларусь. E-mail: [volkova\\_julia@tut.by](mailto:volkova_julia@tut.by).