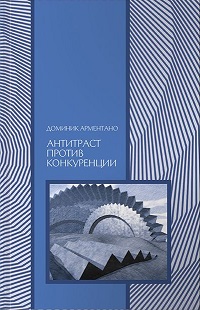
**Доминик Арментано. Антитраст против конкуренции**

Профессор Д.Т. Арментано — принципиальный противник антимонопольного регулирования. Автор убедительно показывает несостоятельность основных постулатов неоклассической теории монополии и конкуренции и на основании этого анализа делает вывод об ошибочности базовых предпосылок антитрестовского законодательства в целом. Как свидетельствует американский опыт, этот вид регулирования не только наказывает эффективных производителей, работающих лучше, чем конкуренты, но и ограничивает применение тех методов ведения бизнеса, которые наиболее выгодны для потребителей. Основная мысль, которую отстаивает автор книги, революционна по своей сути: антимонопольное регулирование — это проявление интервенционистской власти государства, используемой частными компаниями в собственных интересах и во вред обществу, а монополистические злоупотребления неразрывно связаны с государственным вмешательством в производство и товарный обмен. Именно в этом и заключается глубокий и тонкий смысл хитроумно проводимой антимонопольной политики.

Любопытно, что мне не первый раз встречается негативное отношение к антимонопольному законодательству. Классик австрийской экономической школы Людвиг фон Мизес пишет: «…ошибочно предполагать, что при отсутствии сдерживающего государственного вмешательства в рыночной экономике существует общая тенденция к формированию монополии. Говорить о монополистическом капитализме вместо монополистического интервенционизма и о частных картелях вместо картелей, созданных усилиями государства, является фантастическим искажением истинного положения дел» (см. [Людвиг фон Мизес. Человеческая деятельность. Трактат по экономической теории](http://baguzin.ru/wp/?p=11550)). Похоже, что Доминик Арментано также стоит на позициях австрийкой школы. Еще один факт: новая Грузия (при Саакашвили) полностью отменила антимонопольные законы (подробнее см. [Лариса Буракова. Почему у Грузии получилось](http://baguzin.ru/wp/?p=2536)).

Доминик Т. Арментано. Антитраст против конкуренции. — М.: ИРИСЭН, 2005. — 432 с.



**ГЛАВА 1. ЛЕГИТИМНОСТЬ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

Несмотря на то, что американская экономика опирается преимущественно на институты частной собственности и добровольного обмена, ей никогда не было свойственно строгое соблюдение принципов [laissez-faire](https://ru.wikipedia.org/wiki/Laissez-faire). Считается, что антитрестовский [закон Шермана](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BA%D1%82_%D0%A8%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B0) (1890) и другие антитрестовские акты были приняты, чтобы остановить распространение монополизма в экономике страны и восстановить эффективную рыночную конкуренцию. Однако целый ряд исследователей доказали, что антитрестовские законодательные акты находили поддержку со стороны сложившихся деловых интересов и использовались представителями бизнеса в попытках ограничить процесс конкуренции. Будучи не в состоянии эффективно конкурировать с более успешными компаниями, определенные круги бизнес-сообщества стремились создать политические и юридические барьеры, с тем чтобы защитить и укрепить свои позиции на рынке.

Любопытно, что Антитрестовскому закону Шермана почти полностью удалось избежать ревизионистских нападок. Публично сенатором Шерманом было объявлено о его намерении сделать противозаконными те коммерческие соглашения, которые приводили к «перекладыванию издержек на плечи потребителей». Именно эта фраза фигурировала в первоначальном варианте законопроекта. Тем не менее эта формулировка отсутствовала в законе, принятом сенатом США: в нем не упоминалось предполагаемое «единственное» намерение законодателя сделать незаконным «повышение цен в результате сговора». К сожалению, закон Шермана постоянно использовался для ограничения конкуренции и свободных рыночных процессов независимо от истинных намерений законодателя.

Далее мы покажем, что антимонопольное законодательство по сути защищало существующую экономическую структуру. Неясно, насколько целенаправленным был этот протекционизм, но на практике законы действовали именно так.

*Законность антимонопольной политики.* В известном деле Munn v. Illinois (Манн против штата Иллинойс), рассматривавшемся в 1877 году, Манн и его партнер Скотт доказывали, что законодательная власть штата Иллинойс не имеет касательства к их частному предприятию — зернохранилищу, что правительство не имеет права требовать от них обнародования расценок, получения от штата лицензии на деятельность или соблюдения ограничений на максимальный уровень цен. Верховный суд США большинством голосов выразил свое несогласие с аргументами ответчиков и, сославшись на обилие прецедентов английского общего права, заявил, что использование частной собственности, затрагивающее интересы общества, «должно контролироваться обществом во имя общего блага».

Однако, если строго следовать теории естественных прав, антимонопольное регулирование и законодательство недопустимо. Согласно этой теории, индивид обладает неотъемлемыми правами: правом на жизнь, правом на свободу и правом на собственность. Эти права предполагают свободу любого лица или лиц вступать в любые непринудительные коммерческие отношения на любых взаимоприемлемых условиях, производить или обменивать любые принадлежащие им блага или средства производства, сохранять за собой любую собственность, полученную в результате такого обмена. Отсюда же следует, что нельзя применять силу против чьей-либо частной собственности, нельзя насильственно вмешиваться в добровольные сделки с чьей-либо собственностью, нельзя вводить регулирование или налагать запрет на определенные виды деловых соглашений, организационных структур или делового сотрудничества.

Правительство не должно регулировать производство и цену сельскохозяйственной продукции, вводить ограничения на производство бензина, запрещать предложение труда по цене ниже некоторого фиксированного уровня или ограничивать добровольное слияние частной собственности.

Изложенная выше философия прав собственности, несомненно, остается позицией меньшинства. Многие интеллектуалы полагают, что право частной собственности не является неотъемлемым или естественным. Они считают, что отношения собственности являются полезными социальными условностями, которые при определенных обстоятельствах способствуют росту общественного благосостояния и поэтому санкционированы государством. Например, в «Богатстве народов», первом систематическом труде по экономике, Адам Смит часто смягчал принципы laissez-faire, если чувствовал, что частные материальные интересы не будут или не смогут действовать в интересах всего общества, как он их понимал.

Этот подход лежал в основе методологии и идеологии большинства классических экономистов и, несомненно, был базовым почти во всех учениях представителей неоклассической школы. Смит, Рикардо, Милль, Маккаллох, Сени ор, Маршалл и, конечно, Кейнс не только никогда не признавали, что верят в laissez-faire в чистом виде, но и никогда не считали laissez-faire частью какой бы то ни было четкой и последовательной теории государственной политики. Единственный принцип, которым они руководствовались в отношении вопроса легитимности государственного регулирования, был по сути утилитаристским: хотя свободный рынок является в целом допустимым, государство может и должно осуществлять свое вмешательство, если его представители, должным образом избранные и действующие из лучших побуждений, считают, что такое вмешательство служит интересам общества.

Утилитаристы и прагматики предполагают, что существует некий универсальный метод точного определения экономических издержек и выгод от общественных мероприятий, позволяющий целенаправленно действовать в соответствии с интересами общества. Однако издержки и выгоды отдельного индивида субъективны по своей природе; невозможно обобщить субъективные оценки издержек и выгод для разных индивидов и привести их к общему знаменателю. Иначе говоря, однозначного способа точного вычисления максимального «блага» для наибольшего числа людей или определения совокупного объема общественных издержек, связанных с достижением какой-либо коллективной цели, может и не быть.

**ГЛАВА 2. ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ И РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА**

Конкуренцию можно определить, как усилия двух или более сторон, действующих независимо, по установлению деловых отношений с третьей стороной путем предложения ей наиболее выгодных условий. Чистой, или атомистической, конкуренцией называется такая ситуация, когда все поставщики товаров малы по сравнению с объемом совокупного предложения; товары, производимые и продаваемые различными поставщиками, воспринимаются потребителями как однородные; ресурсы являются мобильными, искусственные ограничения для входа на рынок, спроса, предложения или ценообразования отсутствуют. В условиях чистой конкуренции цена установится в точке минимума функции средних издержек (AC), в которой имеет место равенство цены, предельных издержек и минимальных средних издержек (рис. 1).

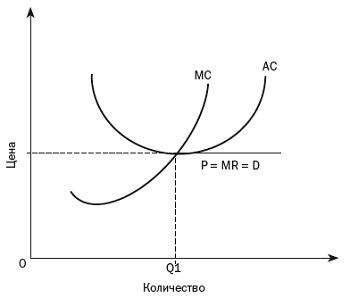


Рис. 1. Равновесие для отдельной фирмы в условиях чистой конкуренции

Принятие теории совершенной конкуренции как некоего стандарта экономической эффективности делает возможной критику крупных слияний, дифференциации продукции и рекламы.

В условиях несовершенной конкуренции фирмы обладают некоторым контролем над ценами на свою продукцию. Этот контроль может возникать вследствие дифференциации продукции поставщиками, неполной информации о рынке или же вследствие сговора фирм с целью ограничения производства. Например, при дифференциации продукции отдельные продавцы обнаруживают, что кривая спроса на их товар не горизонтальна, а имеет отрицательный наклон и что они не потеряют всех своих клиентов, если немного повысят цену по сравнению с ценой конкурентов. О таких продавцах говорят, что они контролируют цены или имеют монопольную власть по сравнению с продавцами однородной продукции в условиях конкуренции. Именно контроль над ценами и объемом предложения, а также последующее деловое соперничество столь характерны для монополистической или несовершенной конкуренции на рынке.

В условиях монополистической или несовершенной конкуренции компании по-прежнему максимизируют прибыль, устанавливая объем выпуска на уровне, при котором предельный доход равен предельным издержкам. Но если продукты не являются полностью взаимозаменяемыми, то график функции спроса для каждой фирмы будет иметь отрицательный наклон, а назначаемая ею цена будет превышать как предельный доход, так и предельные издержки (рис. 2).

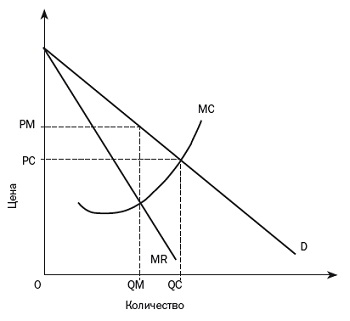


Рис. 2. Фирма с «монопольной властью» производит меньший объем продукции (QM) и устанавливает более высокую цену (РМ), чем «конкурентная» фирма; MR – предельный доход, MC – предельные издержки, D – спрос

Таким образом, в равновесии цена, по которой потребители приобретают продукцию компании, превышает издержки фирмы по производству и поставке дополнительной единицы продукции. Средние издержки производства не будут минимальными, а ресурсы тем самым будут считаться распределенными неэффективно вследствие монопольного поведения фирмы.

Однако, теория конкуренции и монополии содержит серьезные, фундаментальные противоречия. Теория чистой конкуренции предполагает, что кривая спроса на продукцию каждой отдельной фирмы является горизонтальной и бесконечно эластичной. Хотя индивидуальные функции спроса могут быть почти горизонтальными и крайне эластичными при определенных условиях, существование совершенно эластичной функции спроса на продукцию каждого из продавцов представляется логически невозможным. Возросший объем продукции должен продаваться по более низкой рыночной цене. Если реальные кривые спроса даже теоретически не могут быть горизонтальными, то традиционная теория неэффективного распределения ресурсов в условиях несовершенной конкуренции рушится.

Без использования совершенной конкуренции в качестве точки отсчета монопольная власть и монополистическая конкуренция неотличимы от любых других рыночных ситуаций, где фирмы сталкиваются с наклонной кривой спроса и максимизируют свою прибыль, приравнивая предельный доход к предельным издержкам. Такие конкурентные рынки стремятся к состоянию равновесия, в котором предельный доход равен предельным издержкам, а компании получают прибыль, сопоставимую с прибылью в других секторах рынка (рис. 3). Эту общую теорию входа на рынок, определения цен и объема производства можно легко распространить на процесс конкуренции между несколькими крупными компаниями, реализующими большую часть продукции на рынке. Главная характеристика поведения компаний в условиях олигополии, да и конкуренции в целом, состоит в существовании высокой степени взаимозависимости (соперничества) между продавцами на рынке. Компании понимают, что остальные участники рынка будут реагировать на их действия, поэтому функция спроса, с которой сталкивается каждый продавец, должна учитывать наиболее вероятные ответы конкурентов на изменения цен и прочих факторов.

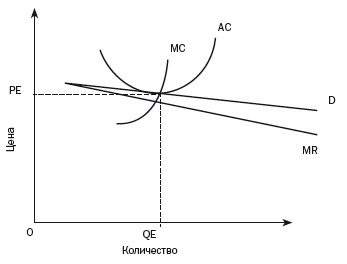


Рис. 3. Равновесие для компании на конкурентном рынке

*Конкуренция как процесс динамического поиска.* Одно из наиболее важных несоответствий концепции совершенной конкуренции состоит в том, что она никак не связана с процессом конкуренции. Теория совершенной конкуренции в своей основе статична и не является теорией рыночных процессов. Модель исходит из наличия информации, выявление которой составляет цель процесса конкуренции. Меняющийся мир допускает возможность соперничества, проб и ошибок, непрерывной предпринимательской деятельности. Но такой процесс постоянного неравновесия несовместим с допущениями модели совершенной конкуренции и ее статическим подходом.

Главной ошибкой, свойственной традиционной концепции конкуренции, является то, что та самая практика деловых отношений, составляющая суть процесса конкуренции, трактуется в ней как неэффективное распределение ресурсов. Компании конкурируют друг с другом путем дифференциации продукции, создания новых товаров, предоставления скидок, расположения в местах, удобных для покупателей, рекламирования цен и услуг, приобретения более дешевых ресурсов по сравнению с конкурентами. И так как эта деятельность отсутствует в ходе максимизации в условиях совершенной конкуренции и в самом состоянии равновесия, то она часто классифицировалась как монополистическая и неэффективная. Однако то, что некоторые «окрестили» монополией, на самом деле является процессом конкуренции на рынке, находящемся в неизбежном состоянии неравновесия.

В стандартных моделях благосостояния предполагается, что издержки и выгоды представляют собой объективно измеримые факторы. Однако со строгой теоретической точки зрения понятие объективных совокупных издержек и выгод для общества в целом является серьезным заблуждением. Издержки не только трудно точно определить и измерить в бухгалтерском учете. Строго теоретическое понимание издержек и прибыли заключается в их исключительно личностной и субъективной природе. Издержки какой-либо деятельности — это субъективные значения, присваиваемые экономическим агентом альтернативным возможностям, от которых он отказывается в момент принятия решения. Такая субъективная величина никогда не может быть известна внешнему наблюдателю и поэтому не может быть объективным образом агрегирована для общества в целом.

*Альтернативная теория эффективности.* Эффективное достижение целей в контексте социума требует, чтобы конкретный запланированный вид деятельности был скоординирован с запланированной деятельностью других участников рынка. С этой точки зрения добровольные рыночные соглашения — даже соглашения об ограничении производства — могут быть эффективными, поскольку направлены на повышение степени координации планов соответствующих участников рынка. Законодательный запрет или ограничение подобных соглашений в рамках данной концепции неизбежно приведет к снижению эффективности и общественной скоординированности. Австрийский экономист Ф. А. фон Хайек обрушился с критикой на неоклассическую теорию конкуренции. Для Хайека конкуренция — это сам процесс поиска, а не окончательное статическое состояние равновесия. Теория равновесия, не принимающая во внимание процесс предпринимательства, была просто бесполезной для понимания конкуренции на рынке.

Если традиционная теория конкуренции и распределения ресурсов неверна, то легитимность всей антимонопольной политики становится весьма сомнительной.

*Структура и отраслевая организация рынка.* Теория совершенной конкуренции предполагает одностороннюю связь между структурой рынка, действиями его участников и результатами этих действий. Однако, если модель совершенной конкуренции нелогична и неприменима, то структура рынка или ее изменения *a priori* не демонстрируют нам ничего в отношении конкуренции или благосостояния.

Так называемый индекс Лернера является одним из старейших инструментов для измерения монопольной власти и оценки потерь общественного благосостояния. Предположим, что некоторый товар производится и продается в условиях несовершенной конкуренции. По описанным выше причинам его цена всегда будет превышать предельные издержки производства. Индекс монопольной власти Лернера определяется путем деления разности цены товара и предельных издержек на цену: (P – MC)/P. При совершенной конкуренции индекс равен нулю. Очевидно, что если издержки и прибыль субъективны, а совершенная конкуренция не является критерием оптимальности, то все эти так называемые оценки монопольной власти и потерь общественного благосостояния ошибочны.

Удобным способом выявления отраслей, требующих вмешательства регулирующих органов, мог бы стать расчет корреляции между концентрацией отраслей и соответствующими нормами прибыли. Если отрасли функционируют как конкурентные, то корреляция будет незначительной или нулевой. Если же корреляция высокая и сохраняется с течением времени, то может иметь место неэффективное распределение ресурсов и министерство юстиции США должно принять меры для исправления этого несовершенства рынка. Однако, существует постоянный процесс уравновешивания и координации, но ожидать его завершения было бы полной иллюзией. Поэтому существующие различия в нормах прибыли между отраслями объяснимы в контексте условий полноценной рыночной конкуренции, которая не достигла и не способна достичь окончательного долгосрочного равновесия.

*Монополия и рыночные процессы.* Государственные франшизы, сертификаты общественной полезности, лицензии, тарифы, программы по поддержанию цен, патенты и любые другие способы вмешательства государства в добровольный обмен и производство являются примерами монополии. Все они способны нарушить координацию планов и привести к сосредоточению монопольной власти в руках компаний, законодательно защищенных от открытой конкуренции. С этой точки зрения именно государство, а не свободный рынок является настоящим источником монопольной власти.

**ГЛАВА 3. МОНОПОЛИЯ И ЗАКОН ШЕРМАНА: ОТ ДЕЛА E. C. KNIGHT (1895) ДО ДЕЛА STANDARD OIL OF NEW JERSEY (1911)**

*Дело E. C. KNIGHT (1895).* Первый судебный процесс, начатый в соответствии с новым законом и дошедший до Верховного суда – это приобретение компанией American Sugar Refining Company компании E. C. Knight и трех других независимых заводов по производству сахара. создавало тенденцию к образованию монополии в сахарной промышленности и увеличило. Верховный суд определил, что создание «Сахарного треста» с долей на рынке до 95%, не было нарушением закона Шермана. Независимо от судебной системы конкурентные рыночные силы в сахарной промышленности быстро уничтожили близкое к монопольному положение «Треста». Доля American Sugar в производстве сахара на внутреннем рынке непрерывно снижалась с 95% в 1893 году до всего лишь 25% к 1927 году.

*Дело NORTHERN SECURITIES (1904).* Большинство членов Верховного суда согласилось с тем, что холдинговая компания Northern Securities, которая приобрела контрольные пакеты акций двух прежде «независимых и конкурировавших» железных дорог — Northern Pacific и Great Northern, — связывающих разные штаты, является трестом, или объединением, направленным на ограничение коммерческих отношений между штатами.

Решение по делу Northern Securities не было единогласным. По мнению председателя Верховного суда Уайта, речь в деле компании Northern Securities идет не о товарообороте или торговых связях, а о владении активами: «Я полагаю, что владение акциями корпорации штата ни в каком смысле не является оборотом товаров между штатами или осуществлением торговых связей между ними». Для судьи Холмса противозаконное ограничение было невозможным до тех пор, пока не заключалось соглашение с третьей стороной в целях ограничения торговли и конкуренции. Но в случае компании Northern Securities никогда не предпринималась даже попытка применить подобное соглашение. На самом деле, создание Northern Securities было направлено на предотвращение возможности будущих «набегов» на акции Great Northern и Northern Pacific, а также для укрепления положения двух указанных железных дорог и связей между ними в конкурентной борьбе с другими дорогами.

Создание компании Northern Securities не вело к ограничению конкуренции между двумя ранее конкурировавшими железнодорожными системами. Напротив, с точки зрения участников сделки, она привела к эффективному и в высшей степени целесообразному объединению железнодорожных активов. Свидетельствуя об эффективности такого объединения, тарифы на железнодорожных линиях продолжали снижаться в период с ноября 1901 года по 1903 год. Но в принятии Верховным судом окончательного решения экономические факты и экономический анализ не играли никакой роли.

*Дело STANDARD OIL OF NEW JERSEY (1911).* Джону Д. Рокфеллеру было 23 года, когда он и двое компаньонов рискнули вложить по 4000 долл. в спекулятивную сделку с нефтеперерабатывающим заводом в Кливленде. Компания Рокфеллера, Эндрюса и Флеглера быстро добилась процветания в условиях интенсивной конкуренции благодаря непревзойденной экономической эффективности во всех аспектах своей деятельности. В 1870 году доля Рокфеллера в общем объеме нефтепереработки не превышала 4%, а количество независимых нефтеперерабатывающих предприятий достигало 250. К 1874 году компания имела 25% всего объема производства в отрасли, а в 1880 году 85%.

Ценовая и производственная политика Standard Oil полностью соответствовала тому поведению, которого можно было бы ожидать в условиях конкуренции. Например, между 1890 и 1897 годами компания увеличила производство керосина на 74%, смазочного масла — на 82%, твердых углеводородов — на 84%. Стоимость галлона переработанной нефти в бочках сократилась с 9,33 цента в 1880 г. до 8,13 цента в 1885 г., затем до 7,38 цента в 1890 г. и до 5,91 цента в 1897 г. Доля Standard Oil на рынке нефтепродуктов уменьшилась приблизительно с 88% в 1890 г. до 68% в 1907 г. и до 64% в 1911 г.

Standard Oil была признана виновной по антимонопольному иску федерального правительства 20 ноября 1909 года с вынесением решения о разделении ее на независимые компании. Нигде в решении суда не обсуждалась обоснованность или необоснованность конкурентных методов работы компании Standard Oil. Нигде не содержалось какого-либо экономического анализа рыночных показателей Standard Oil. Определяющим фактором было то, что образование в 1899 году холдинговой компании неизбежно ограничивало торговые отношения между участниками холдинговой компании.

Нанесли ли действия Standard Oil «вред обществу»? Действительно ли компания повышала цены, ограничивала производство, подавляла технический прогресс, выпускала низкокачественную продукцию и вытесняла конкурентов с рынка хищническими методами? Это важнейшие вопросы, которые в деле Standard Oil не были проанализированы. Предпринятый в наши дни анализ информации о работе отрасли показывает, что в тот период цены на нефть упали, издержки снизились, производство выросло, качество продукции улучшилось, и сотни фирм производили и продавали нефтепродукты, конкурируя со Standard Oil.

Ранний период развития нефтяной промышленности замечателен тем, что представляет собой яркий пример свободного и конкурентного рынка. В те годы масштаб государственного регулирования или субсидирования был относительно невелик (отсутствовали какие-либо квоты и контроль над ценами, тарифами и распределением), и неслучайно эта отрасль переживала впечатляющий подъем. Эпоха laissez-faire на нефтяном рынке закончилась довольно резко в годы Первой мировой войны. Государственные органы, пользуясь услугами по координации со стороны ведущих компаний отрасли, имели легальные полномочия управлять нефтяной промышленностью как картелем, устраняя то, что характеризовалось как «ненужное расточительство» (конкуренцию), и принимая централизованные решения по установлению цен и распределению ресурсов во всей отрасли. Таким образом, в военное время в ходе эксперимента по планированию (планированию, осуществлявшемуся политическими агентами в целях удовлетворения политических интересов, а не потребителями, инвесторами и предпринимателями в целях удовлетворения потребительского спроса) было создано то, что до этого считалось невозможным, — санкционированный государством нефтяной картель.

По окончании войны Американская ассоциация независимых нефтепромышленников даже не пыталась скрыть свои еще более интервенционистские взгляды под вывеской свободного предпринимательства. Она последовательно выступала за жесткий государственный контроль над добычей сырой нефти и введение пошлин на импорт сырой нефти.

**ГЛАВА 4. МОНОПОЛИЯ В ИСТОРИИ БИЗНЕСА: ОТ ДЕЛА AMERICAN TOBACCO (1911) до ДЕЛА TELEX — IBM (1975)**

*Дело компании АMERICAN TОBACCО (1911).* Имя Джеймса Б. Дьюка является синонимом слова «сигарета» и неразрывно связано с быстрым развитием табачной промышленности в США. В январе 1890 года пять лидирующих сигаретных фирм слились в единую компанию American Tobacco Company (табачный трест), президентом которой стал Дж. Б. Дьюк.

Хотя с 1890 по 1910 год American Tobacco поглотила множество компаний, в табачной промышленности оставались тысячи независимых фирм. Нетрудно понять основную причину существования многочисленных конкурентов. Выход на табачный рынок был относительно простым независимо от «Треста». Сырье продавалось по конкурентным рыночным ценам, а сам «Трест» не владел никакими табачными плантациями. Любая организация, желавшая конкурировать на рынке, могла приобрести сырье и попытаться продать готовую продукцию. Кроме того, «Трест» не имел никаких преференций или скидок в тарифах на транспортировку, также, как и патентов на самые эффективные способы производства. Так что нет ничего удивительного в том, что тысячи независимых фирм присутствовали в отрасли, где ни сырье, ни эффективные средства производства не были и не могли быть монополизированы.

В деле U.S. v. American Tobacco (1908) установлено, что компания American Tobacco нарушила Антитрестовский закон Шермана. При этом, судья Нойес заявил: «Поскольку объединения являются результатом действия экономических законов, представляется сомнительным, что их следует вообще пресекать с помощью законодательства. Возможно, следует внести поправки в действующий антимонопольный закон, с тем чтобы применять его лишь к тем монополистическим объединениям, которые необоснованно ограничивают торговлю, т.е. закон должен разграничить объединения, деятельность которых идет на благо, и те, деятельность которых наносит вред».

Важные экономические аспекты данного дела прояснил судья Уорд (заявивший особое мнение): «Что касается объема рынка табака, факты доказывают, что он значительно вырос с появлением объединений, начиная с сырья и заканчивая готовым продуктом, а что касается цены продукции, то для потребителей она не возросла, а менялась лишь с изменением цены на сырье. Цель объединения состояла не в ограничении торговли или конкуренции..., а в увеличении размера бизнеса и его прибыли посредством искусной экономии средств. Внимательное ознакомление с материалами по делу убедило меня в том, что их [American Tobacco] цель и деятельность не были противозаконными или направленными на подавление конкурентов, но что они стремились, как стремится каждый предприниматель, укрупнить свое дело, а также что их большой успех есть не что иное, как естественный рост благодаря усердию, интеллекту и экономии, которому, без сомнения, способствовали объем торгового оборота и имеющийся в распоряжении крупный капитал».

Тот факт, что American Tobacco не притесняла конкурентов, табачных плантаторов или потребителей, также «не имел значения». Таким образом, трое судей федерального окружного суда (при несогласии судьи Уорда) постановили расформировать American Tobacco Company.

*Дело UNITED STATES STEEL CORPORATION (1920).* United States Steel Corporation была основана 1 апреля 1901 года, когда объединились 10 ранее независимых стальных компаний. Холдинг имел впечатляющие размеры (66% объема сталелитейного производства в стране и 44% — объема производства металлопродукции). Поэтому не было ничего удивительного в том, что Министерство юстиции, вдохновленное победами в судах по делам компаний Standard Oil и American Tobacco, подало гражданский иск против корпорации U.S. Steel, обвинив ее в неоднократных нарушениях закона Шермана и требуя ее разделения.

Хотя судья Маккенна и признал, что U.S. Steel имела «впечатляющий размер», но ее власть над ценами несоизмерима с ее властью над производством, и мы должны придерживаться закона, а закон не делает преступления из одного лишь размера. Для этого, мы повторимся, требуются явные действия.» Поскольку в 1920 году большинство в Верховном суде не обнаружило «явных действий» в нарушении закона, то корпорация были признана невиновной. В отличие от обсуждавшихся выше судебных разбирательств по делам нефтяных и табачных компаний, дело U.S. Steel рассматривалось на основании информации о деятельности компаний, имеющей отношение к конкуренции в стальной промышленности в период 1901–1911 годов.

Мнение суда по поводу вероятной монополии корпорации U.S. Steel в добыче железной руды было однозначным: U.S. Steel не имела монополии в этом секторе, и «нет оснований полагать, что она к ней стремилась». Одной из наиболее интересных особенностей решения федерального окружного суда было почти полное отсутствие доказательств того, что компания U.S. Steel или сталелитейная промышленность в целом могла по своему усмотрению устанавливать монопольные цены или повышать цены путем произвольного сокращения выпуска.

**ГЛАВА 5. ЦЕНОВОЙ СГОВОР И АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**

В течение некоторого времени предполагалось, что без применения антимонопольных мер успешные ценовые сговоры были бы весьма распространены в американском бизнесе. Предполагается, что рассматриваемые компании стремятся уменьшить конкуренцию, а мы оспариваем их способность реализовать это намерение на открытых рынках.

Реакция объема спроса на изменения цены (которая носит название эластичность) имеет большое значение при анализе потенциальной эффективности соглашений о ценах (подробнее см. [Эластичность спроса по цене](http://baguzin.ru/wp/?p=2279)). Угроза возникновения конкуренции со стороны товаров-заменителей может с самого начала затруднить организацию ценового сговора или привести к возникновению ценовой конкуренции, которая разрушит соглашение. Неизбежным следствием ограничения объема производства являются большое разочарование для активных компаний, привлечение на рынок новых производителей, а также ослабление любого соглашения, заключенного с целью ограничения объемов производства. Расширение производства и снижение издержек за счет экономии от масштаба будут конфликтовать с фиксирование цен и ограничением производства (компаниям выгоднее увеличивать, а не уменьшать объемы продаж). Возможность тайного ценового сговора на внутреннем рынке ограничивается иностранной конкуренцией. Если производственные издержки всех продавцов в районе примерно одинаковы, возможность фиксирования цен в районе A будет ограничена тарифами на транспортировку от ближайшего конкурентного рынка.

Поскольку на огромном количестве рынков указанные условия в те или иные моменты присутствуют, будет справедливым предположить, что в целом успешные тайные соглашения будут незначительным явлением даже в отсутствие антимонопольной политики.

До сих пор мы предполагали, что горизонтальные соглашения о фиксировании цен являются нежелательными с точки зрения общества. Однако, в соответствии с субъективистской теорией эффективности, описанной в гл. 2, все добровольные соглашения явно свидетельствуют о попытке повысить эффективность и поэтому должны быть разрешены.

На свободных рынках действуют рыночные цены, достигаемые посредством применения различных стратегий ценообразования; не существует цены или объема производства, которые мы могли бы использовать в качестве точки отсчета для того, чтобы определить, насколько ограничено предложение на свободном рынке. Если бы совокупный объем рыночного предложения ограничивался государством, мы могли бы говорить о монопольном ограничении и монопольной цене. Но при отсутствии законодательных ограничений на конкуренцию взаимозависимое ценообразование во всех его проявлениях является неотъемлемой частью процесса функционирования свободного рынка.

Начиная с 1927 года любое соглашение о ценах или любое объединение в целях «воздействия на структуру цен» считалось противозаконным. Устанавливались ли вообще фиксированные цены, фиксировались ли цены на необоснованных уровнях — все это было несущественно для определения виновности или невиновности.

Итак, тайный сговор в бизнесе невозможен (формальное слияние, к примеру, позволяет реализовать эффективный сговор постоянного характера) или что успешный сговор не может привести к сокращению выпуска продукции и повышению цен. Утверждается здесь следующее: 1) все деловые соглашения свидетельствуют о наличии предполагаемой выгоды и поэтому являются эффективными с нашей точки зрения; 2) естественные экономические факторы свободного рынка делают большинство сговоров бесполезными в смысле повышения цен или получения монопольной прибыли; и 3) ряд наиболее известных в истории бизнеса антимонопольных разбирательств по обвинениям в фиксировании цен был связан с безрезультатными соглашениями об установлении цен и объемов производства.

**ГЛАВА 6. ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ И КОНКУРЕНТНЫЙ ПРОЦЕСС**

Статья 2 закона Клейтона подвергается многочисленным нападкам. Часть критики связана с историей принятия законов Клейтона и Робинсона — Патмана. Они были приняты с целью защиты небольших независимых компаний от торгово-закупочной практики больших корпораций, в частности крупных магазинных сетей. Под предлогом ограничения «чрезмерной» экономической власти в «интересах общества» лоббистские группы, представлявшие мелкие компании, протолкнули закон, жестко ограничивающий практику ценовой дискриминации.

Общетеоретическое возражение против ценовой дискриминации коренится в статической по своему характеру модели совершенной конкуренции и вытекающей из нее теории благосостояния. В состоянии равновесия в условиях совершенной конкуренции ни один продавец не обладает монопольной властью и не способен осуществлять дискриминацию по цене. Для однородных товаров при наличии совершенно эластичных функций спроса на рынках факторов производства и потребительских товаров цены на товары одного сорта и качества будут одинаковы.

Однако, если статическое совершенно конкурентное равновесие не является ни реалистичным, ни оптимальным, то из этого следует, что отсутствие ценовой дискриминации также не всегда оптимально. В экономическом мире, в котором условия чистой конкуренции не выполняются и где действуют разнородные продавцы и покупатели, существование разных цен ожидаемо и может быть эффективным. Разница цен — неотъемлемый признак конкурентного процесса и сама по себе не может считаться антиконкурентной.

Статья 2 закона Клейтона с принятыми к ней поправками объявляет противозаконной ценовую дискриминацию в отношении товаров одного сорта и качества, если она существенно снижает конкуренцию или создает монополию. Закон о ценовой дискриминации в высшей степени произволен и допускает неоднозначные толкования.

Дискуссия о включении в цену расходов по доставке служит прекрасным примером конфликта между двумя теориями цен: 1) теорией, утверждающей, что цены должны определяться издержками, и 2) теорией, согласно которой цены определяются спросом и конкуренцией. И нигде ограничительное влияние на торговлю закона Робинсона — Патмана не проявляется столь очевидно и вопиюще. Последовательное проведение в жизнь запрета на включение в цену расходов по доставке положит конец свободной конкуренции между общенациональными компаниями и вновь отдаст местных покупателей на милость территориальных монополистов. Вот тогда цены действительно будут отражать издержки!

Статью 2 закона Клейтона с поправками, принятыми законом Робинсона — Патмана, просто-напросто невозможно понять, если не признать, что ее цель — положить конец активной ценовой конкуренции. Подобно «кодексам», принятым в соответствии с законом о восстановлении национальной промышленности в период Великой депрессии, подобно законам о поддержании минимальной цены перепродажи с положением о сторонах, не участвующих в контракте, и многим другим статутам, принятым в 1930-е годы, статья 2 с поправками направлена на ограничение конкуренции на свободном рынке. Поскольку на открытом рынке различные схемы дискриминации непрерывно создаются и исчезают и поскольку такого рода дискриминация представляет собой важный аспект конкурентного процесса, становится очевидным, что именно конкуренцию пытаются искоренить соответствующие статуты антимонопольного законодательства.

*Дело BORDEN (1966).* В апреле 1958 года Федеральная торговая комиссия возбудила иск против Borden Company. Компания Borden была обвинена в том, что продавала товары одного сорта и качества разным покупателям по разным ценам, что могло привести к существенному ослаблению конкуренции. Товары «одного сорта и качества» представляли собой сгущенное молоко, продающееся под брендом самой Borden, и «идентичное» молоко, производимое и продаваемое под частной маркой. Разница в цене между двумя видами молока была существенной. Комиссия сочла это нарушением закона Робинсона — Патмана.

Один из свидетелей жаловался, что в целях ограничения торговли Borden использовала три фактора: 1) свои размеры; 2) расположение своих заводов; 3) вытекающую отсюда способность («власть») продавать молоко, упакованное под частными марками, на условиях [FOB-завод](https://ru.wikipedia.org/wiki/Free_on_Board). Borden обвиняли в том, что эта компания располагала экономическими достоинствами, составляющими самую суть открытого конкурентного процесса. Дознаватель Федеральной торговой комиссии заявил: «Конкурентные преимущества, которые представитель жалующейся стороны требует от нас осудить как противозаконные, представляют собой выгоды, накопленные частной инициативой, трудолюбием и деловой хваткой, которые наша система свободного предпринимательства призвана поощрять и вознаграждать. Если поставщика должно наказывать за то, что его масштабы позволяют получать и выполнять контракты на производство большего объема продукции, чем способны его конкуренты, то в таком случае эффективное ведение бизнеса и, соответственно, рост его масштабов с точки зрения закона становятся недостатком».

28 ноября 1962 года Федеральная торговая комиссия аннулировала решение дознавателя и выпустила в отношении Borden приказ о прекращении ценовой дискриминации на товары одного сорта и качества, продаваемые различным покупателям по разным ценам.

Решение, написанное членом комиссии Диксоном, представляло собой аналитическую мешанину, отличаясь беспредельной сентиментальностью и сбивающими с толку двусмысленностями. На протяжении всего текста, подготовленного Диксоном, подразумевалось, что Borden, будучи крупной многопрофильной фирмой, обладающей «обширными ресурсами», могла и использовала свой «престиж и власть на рынке» для причинения экономического вреда своим более мелким, «непрочно стоящим на ногах» конкурентам.

4 декабря 1964 года окружной апелляционный суд отменил приказ ФТК о прекращении противоправных действий в отношении Borden Company. Окружной судья Джозеф Хатчесон-мл., рассматривая неоспоримые факты, содержащиеся в деле, заявил, что прежде всего надо ответить на вопрос, «насколько правомерные с юридической точки зрения критерии применяла комиссия, определяя, что товары, продаваемые по разным ценам, были “одного сорта и качества”».

Как указал судья Хатчесон, из материалов дела ясно следует, что за сгущенное молоко, продаваемое под собственным брендом Borden, рынок действительно был готов платить премиальную цену и что как конечные потребители, так и дилеры считали продукцию Borden товаром премиум-класса. Суд полагал, что дилеры, закупая молоко по разным ценам, приобретали два разных вида продукции — продукцию премиум-класса и рядовую.

Верховный суд, решение которого было написано судьей Уайтом, отменил вердикт окружного апелляционного суда в части «одного сорта и качества» и возвратил дело в апелляционный суд с целью рассмотрения нерешенных вопросов. Мотивационная часть решения Верховного суда фактически воспроизводила решение ФТК: обсуждаемые товары были химически одинаковыми, а в намерения конгресса входило одинаковое отношение к брендам национального масштаба и частным маркам в случае их химической тождественности.

Судья Стюарт в резких выражениях выразил несогласие с решением по делу Borden Company. Игнорировать то, что большинство членов Верховного суда называло «неосязаемыми свойствами», — значит игнорировать очевидное мнение рынка о том, что в действительности эти товары отличаются друг от друга и не считаются относящимися к одному сорту и обладающими одинаковым качеством. С плохо скрываемым отвращением Стюарт заключил: «Под маской защиты производителей и покупателей от дискриминационной ценовой конкуренции Верховный суд игнорирует законные предпочтения и дарует Федеральной торговой комиссии полномочия разрушать ценовые соотношения между товарами, идентичность которых измерена в лаборатории, но отвергается рынком. Я не считаю, что конгресс наделил Комиссию такой властью...».

Во многих важных аспектах процесс представляет собой вершину — вершину абсурда — в трактовке ценовой дискриминации антимонопольным законодательством. Это теоретический тупик, в который ведет механистическая, игнорирующая спрос формула «издержки определяют (должны определять) цены». В сознании и рыночном поведении потребителей товары были четко отделены друг от друга, продавались под разными торговыми марками, разными способами, по разным ценам и разным покупателям. И несмотря на это, «профильная» регулирующая комиссия и высшая судебная инстанция страны провозгласили их «равными» и относящимися к одному сорту и качеству.

Полагаю, должно стать очевидным, что суть иска ФТК, в связи или вне всякой связи с предполагаемой «ценовой дискриминацией», заключалась в том, что цены Borden на расфасовку молока под частными марками были достаточно привлекательными, чтобы переманить некоторых клиентов у своих более мелких соперников. Именно против этого конкурентного по своей природе поведения и возражала ФТК. От первой и до последней буквы обвинение в ценовой дискриминации, как намекнул судья Стюарт, было не более чем мошенническим предлогом.

И напоследок несколько слов об «обосновании издержек». Если даже столь детальная защита издержек была признана неприемлемой, тогда неприемлемой можно объявить любую защиту издержек. Представленные Borden доказательства того, что издержки, связанные с услугами по расфасовке сгущенного молока под частными марками, пропорциональны взимаемым ценам, не вызвали у дознавателя ни тени сомнения. В подготовке документов по делу Borden принимал участие Герберт Таггард, председатель Консультационного комитета по обоснованию издержек при ФТК, а дознаватель признал отчет «исчерпывающим обоснованием». И тем не менее ФТК отвергла его как «неадекватный», а суды никак на это не отреагировали. Вот такой кошмарный сон антимонопольного законодательства (якобы стоящего на страже «общественных интересов»), навеянный статьей 2 закона Клейтона.

**ГЛАВА 7. СВЯЗАННЫЕ СДЕЛКИ И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА**

В общепринятом понимании связанная сделка имеет место, когда покупатель соглашается купить или взять в аренду один товар с условием также купить или взять в аренду другой товар. Исключительное (эксклюзивное) дилерство — соглашение, в рамках которого покупатель обязывается продавать оптом или в розницу только товары конкретного производителя. Различающиеся в деталях, эти контракты имеют одинаковую суть: в каждом случае покупатель или арендатор соглашается на определенные ограничения экономической деятельности. В соответствии с антимонопольным законодательством подобные договоры противозаконны согласно статье 3 закона Клейтона в тех случаях, когда их результатом может стать «существенное ослабление конкуренции и тенденция к установлению монополии». Они также могут наказываться как противозаконные ограничения торговли согласно статье 1 закона Шермана или статье 5 закона о Федеральной торговой комиссии 1914 года.

Утверждается, что ограничение торговли при помощи связанных сделок может наносить вред покупателям и конкурентам продавца и ведет к неэффективному распределению редких экономических ресурсов на этом рынке.

Однако, как объяснялось в главе 2, продавцы пытаются дифференцировать свою продукцию и сделать так, чтобы потребители предпочитали один бренд другому (создать «рыночную власть»). Нет никаких оснований осуждать такие ситуации за неэффективность распределения ресурсов. Так что если неоднородность фирм, товаров и потребителей признать, как реально существующий факт и если отбросить произвольные допущения теории благосостояния в условиях чистой конкуренции, то становятся неочевидными выводы о том, что такие добровольные рыночные соглашения, как связывание и исключительное дилерство, обязательно снижают общественное благосостояние или нечестным образом не допускают потенциальных продавцов на рынок связываемого товара. Поэтому то, что договор о связывании представляет собой отклонение от атомистической конкуренции и содержит элементы монополии, всего лишь означает, что он похож на любой другой контракт или соглашение, заключаемые на свободном рынке. Если договорам о связывании присущи какие-либо конкретные свойства, негативные с точки зрения общества, их необходимо продемонстрировать явным образом, а не принимать в качестве допущений.

Связанные сделки и исключительное дилерство гарантируют поставку товара, сокращают издержки на поиск и при определенных обстоятельствах даже позволяют арендатору перенести часть риска и неопределенности его собственного бизнеса на арендодателя, предоставившего оборудование. Короче говоря, нет никаких причин, почему связанные сделки следует считать несовместимыми с эффективным распределением ресурсов.

Концепция нечестного препятствования выходу на рынок представляется голословной. Любая покупка любого товара у конкретного продавца в момент ее совершения неизбежно препятствует выходу на рынок и вытесняет с рынка других продавцов. Выбор покупателя воздвигает препятствие перед менее желательными для него вариантами; в условиях открытого рынка в этом и заключается смысл свободного выбора потребителя. Запрет такого выбора и основанных на нем контрактов ведет к снижению эффективности и сдерживанию конкурентного процесса.

*Дело STANDARD STATIONS (1949).* Компания Standard Stations, Inc. была 100%м дочерним предприятием Standard Oil of California. До 1949 года компания занималась продажей нефтепродуктов и запасных частей к автомобилям через сеть собственных автозаправочных станций (АЗС), а также через 5197 независимых АЗС, заключивших со Standard Stations договоры исключительного дилерства. Правительство выдвинуло против компании обвинения в том, что эти контракты нарушают статью 1 закона Шермана и статью 3 закона Клейтона.

Судья Янквич объявил объем продаж значительным, несмотря на то, что принадлежавшая Standard Stations доля рынка составляла менее 7%. Исключительные договоры на поставку представляют собой необоснованное ограничение торговли — и точка. И чтобы не оставить места для сомнений, суд резюмировал свою позицию следующим образом:

*[Суд] допускает, что в относительных цифрах и по сравнению с совокупным объемом торговли этой продукцией в данном регионе ограничение не является существенным. Признаёт также, что контроль над дистрибуцией ведет к сокращению издержек и ликвидация контроля может увеличить издержки... Соглашается далее с тем, что договоры заключались добросовестно, с искренней верой в то, что контроль над дистрибуцией и вытекающая из него концентрация присутствия экономически выгодны для отрасли и для общества; с тем, что в течение более чем 15 лет компания действовала совершенно открыто, ее политика была общеизвестна и не вызывала претензий со стороны правительства; что аналогичную политику проводят другие крупные нефтяные компании, конкурирующие со Standard; а также с тем, что количество АЗС, контролируемое Standard, уменьшилось, а количество нефтепродуктов, поставляемых на них, сократилось в относительном измерении.*

*...несмотря на все это, мы имеем дело с тем неопровержимым фактом, что такая «сбалансированная дистрибуция», как охарактеризовал ее представитель ответчика, ведет к концентрации присутствия, что, в свою очередь, вызывает необоснованное ограничение торговли…*

Хотя суд признаёт, что договоры на исключительные поставки снижают издержки и выгодны как отрасли, так и обществу, он считает их ограничением торговли. Но каким образом они ограничивают торговлю? Просто своим существованием. Но почему они существуют? Видимо, потому, что ведут к снижению издержек и выгодны отрасли и обществу. Иначе говоря, в данном деле экономические выгоды все-таки не являются, как утверждал суд, несущественными и не имеющими отношения к делу. Здесь они откровенно дискредитируют ответчика, так как, согласно логике суда, договоров бы не существовало, не будь они выгодны. Поэтому, экономя редкие ресурсы, фирмы ограничивают торговлю, что прямо противоположно истинному положению дел. Такова извращенная экономическая логика дела Standard Stations.

**ГЛАВА 8. СЛИЯНИЯ, КОНКУРЕНЦИЯ И АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА**

В последние два десятилетия одной из важнейших в применении антимонопольного законодательства является статья 7 закона Клейтона с поправками, регулирующая корпоративные слияния и поглощения. Эта статья запрещает любой корпорации приобретать акции или активы любой другой корпорации, если результатом поглощения могут стать «существенное ослабление конкуренции и тенденция к установлению монополии». Декларируемой целью этого статута и поправок к нему было пресечение «монополистических тенденций в зародыше», прежде чем они разовьются в нарушение закона Шермана.

Теоретическим фундаментом антимонопольной политики в области слияний была неоклассическая теория конкуренции, делающая акцент на структуре рынка. В рамках этой теории считается, что отклонение от атомистической рыночной структуры влечет за собой ослабление конкуренции и неэффективное распределение экономических ресурсов. Так как корпоративные слияния оказывают прямое воздействие на структурные характеристики рынка, то с точки зрения данного подхода они представляют собой непосредственную и очевидную угрозу эффективности и конкуренции.

Слияние двух корпораций, продающих один и тот же товар или услугу на одном и том же рынке, называется *горизонтальным*. Горизонтальное слияние всегда уменьшает число независимых конкурентов. Однако, как мы отметили в главе 2, простое сокращение числа конкурентов не оказывает существенного влияния на реальную конкуренцию. После любого слияния конкуренция, понимаемая как процесс соперничества, может значительно обостриться. Так как конкуренция — это процесс, который невозможно измерить количественно, то, основываясь на числе продавцов, изменениях в долях рынка и росте коэффициента концентрации, о степени конкуренции нельзя сказать ничего конкретного.

Будет ли слияние, в результате которого образуется компания с долей рынка 38% (вопрос об определении границ рынка оставляем в стороне), «опасным» или «разумным»? А с долей рынка 41%? Можно ли вообще принимать такой подход всерьез? Факт остается фактом: знание об эффективной с точки зрения общества рыночной структуре в отрасли (в будущем) находится за пределами понимания любого экономиста или комиссии экспертов. Не имея никаких рациональных оснований для ограничения добровольных слияний, мы считаем, что все слияния могут быть общественно эффективными в смысле координации планов и с правовой точки зрения должны быть разрешены.

Когда производственная фирма объединяется с поставщиком или дистрибьютором, такое слияние называется вертикальной интеграцией или *вертикальным* слиянием. Проблемы для конкуренции, связываемые с вертикальной интеграцией, иллюзорны. Нет никаких причин соглашаться с утверждением, что подобные слияния — сопровождающиеся воспрепятствованием, субсидированием и вытеснением — способны причинить серьезный ущерб потребителям. В действительности такие слияния представляют собой серьезную угрозу относительно неэффективным неинтегрированным соперникам, а не потребителям. Они разрушают устоявшиеся рыночные структуры, но опасность, угрожающая с их стороны конкурентному процессу на открытом рынке, не просматривается.

*Конгломеративными* будут называться слияния, которые нельзя определить, как горизонтальные или вертикальные. Последствия такого рода слияний для поглощаемой или поглощающей компании описываются в терминах синергетических эффектов. На первый взгляд кажется, что конгломеративные слияния не представляют для конкурентного процесса никакой заметной опасности. Однако в высших правительственных и научных кругах широко распространено мнение, что крупные конгломераты обладают властью, которая может угрожать конкуренции. Критики утверждают, что конгломеративные слияния ведут к ослаблению конкуренции, так как поглощаемые компании перестают существовать как независимые конкуренты. Когда компания, вместо того чтобы выходить на рынок самостоятельно, покупает действующую на этом рынке компанию, она тем самым устраняет одного из конкурентов и, соответственно, снижает экономическую эффективность.

Но почему независимый выход на рынок считается более конкурентным, чем покупка существующей на этом рынке фирмы? Из-за того, что в первом случае становится на одного конкурента больше, чем во втором? Представляется, что аргумент о самоустранении сводится к игре с количеством участников, свойственной структуралистскому подходу к конкуренции. Во-вторых, слияние обойдется дешевле, чем любая другая экономическая альтернатива. Дефицитные экономические ресурсы направляются туда, где они будут максимально полезны потребителям.

В отсутствие рациональной и последовательной теории, объясняющей антиконкурентные последствия слияний, аргументы против слияний коммерческих фирм зачастую вырождаются в претензии, не имеющие никакого отношения к делу.

*Дело BROWN SHOE (1962).* В деле Brown Shoe рассматривалось соответствие закону произошедшего в 1956 году слияния Brown Shoe Company и G. R. Kinney Company. До слияния компания Brown Shoe была четвертой по размеру среди крупнейших производителей обуви в стране, покрывая 4% внутреннего производства обуви; кроме того, компания владела 845 розничными обувными магазинами. Компания Kinney, мелкий производитель обуви (0,5% выпуска в отрасли), представляла собой крупнейшую в стране сеть обувных магазинов для всей семьи, состоящую из 400 магазинов в 270 городах. Несмотря на то что в 1956 году в США насчитывалось 1048 обувных фабрик и более 70 000 розничных обувных магазинов (не считая обувных отделов в универмагах), правительство решило, что намечавшееся слияние нарушает статью 7 закона Клейтона.

Решение Верховного суда, написанное его председателем судьей Уорреном, подтвердило решение нижестоящего суда против Brown Shoe. В одном из самых поразительных и откровенных формулировок в истории антимонопольного регулирования судья Уоррен провозгласил:

*Безусловно, некоторые результаты деятельности крупных интегрированных операторов или сетей выгодны потребителям. Экспансия крупных интегрированных компаний не становится незаконной только потому, что в результате могут пострадать мелкие независимые магазины. Данный закон защищает конкуренцию, а не конкурентов. Но нельзя не признать и желание конгресса содействовать конкуренции путем защиты жизнеспособных небольших местных компаний. конгресс признал, что иногда поддержание фрагментированности отраслей и рынков может сопровождаться более высокими издержками и ценами. Противоречие между этими двумя соображениями конгресс разрешил в пользу децентрализации. Мы должны проводить в жизнь это решение.*

Перед нами классический пример антимонопольной демагогии, полностью изобличающий мошеннический характер антимонопольного регулирования.

В решении против данного слияния больше всего вопросов вызывает открытая враждебность Верховного суда к экономии, обеспечиваемой вертикальной интеграцией. Уже в который раз высший трибунал страны, извращая истинное положение дел, настаивает на том, что экономия и эффективность ограничивают торговлю и ведут к ослаблению конкуренции. Пытаясь доказать, что необходимо сохранить конкурентов с «более высокими издержками и ценами», а вертикально интегрированные фирмы, приносящие экономию потребителям, следует раздробить, антимонопольное регулирование предстает перед нами в своем истинном виде, обычно прикрываемом лозунгами о защите прав потребителей. И более всего непостижим тот факт, что после подобных решений антимонопольное законодательство все еще находит значительную интеллектуальную поддержку.

**ГЛАВА 9. АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И СВОБОДНОЕ ОБЩЕСТВО**

Самый главный вывод нашего исследования заключается в том, что система антимонопольного регулирования, декларирующая своей целью защиту конкуренции и повышение благосостояния потребителей, вместо этого работает на ослабление конкуренции и снижение эффективности и продуктивности свободного рыночного процесса. Подобно всякому другому виду государственного вмешательства, антимонопольное регулирование приводит к результатам, не имеющим ничего общего с первоначальными намерениями.

Реформа политики антимонопольного регулирования будет невозможна до тех пор, пока университетские экономисты и чиновники регулирующих органов не примут на вооружение последовательный подход к конкуренции как к процессу (и не признают, что источником монопольной власти является именно государственное вмешательство, а не свободный рынок). Во всех рассмотренных нами классических судебных делах корпорации были вовлечены в напряженный конкурентный процесс; и абсолютно во всех случаях такое поведение подверглось осуждению ФТК или Министерства юстиции как «ограничение торговли» и нарушение антимонопольного законодательства.

Подозрения в отношении точного смысла антимонопольного регулирования становятся еще более тревожными, когда мы начинаем изучать антимонопольные иски, инициированные не государственными органами, а частными корпорациями. В подавляющем большинстве таких исков предметом разбирательства является вовсе не монополия или неэффективное использование ресурсов, а совершенно прозрачное и очевидное желание истца обуздать конкурентное соперничество со стороны более эффективной компании, фигурирующей в подобных делах в качестве ответчика. Предметом разбирательства в подобных исках никогда не бывает вред, наносимый потребителям, но всегда «вред», причиненный одному из конкурентов. В частных исках отсутствуют претензии на то, что интерес, которому служит антимонопольное регулирование, есть общественный интерес.

На наш взгляд монополия всегда связана с ограничениями на вход, наложенными государством: лицензиями, таможенными и производственными квотами, таможенными пошлинами. Эти механизмы законодательно ограничивают конкуренцию, причиняют вред потребителям, закрывают рынок для поставщиков и снижают общую эффективность экономики.

Я считаю, что антимонопольная политика в Америке представляет собой дезориентирующий миф, преследующий целью отвлечь внимание общественности от реальных процессов монополизации, протекающих в экономике. Общественность вводят в заблуждение, уверяя, что монополия — это проблема, свойственная свободному рынку, а правительство, применяя антимонопольное законодательство, находится на стороне «жертв». Однако факты свидетельствуют об обратном. Поэтому антимонопольное регулирование, каковы бы ни были декларируемые цели, служит удобным прикрытием для незаметного процесса монополизации рынков. Именно в этом и заключается глубокий и тонкий смысл антимонопольной политики.

В настоящее время имеется большое количество исторических свидетельств того, что многие отрасли промышленности в США приветствовали вмешательство государства в целях ограничения и сдерживания конкуренции и сохранения позиций богатства и власти в рамках индустриального порядка. Мы детально исследовали этот процесс в нефтяной промышленности (см. главу 3), однако то же самое происходило в сфере железнодорожного и авиационного транспорта, в производстве и распределении электроэнергии, медицине и других отраслях. Руководители корпораций, отраслевые объединения, другие влиятельные представители бизнеса доказывали, что «особые» обстоятельства требуют зафиксировать сложившуюся в их отрасли ситуацию, оградив отрасль от «непрекращающегося шторма» открытой конкуренции. По их мнению, конкуренция была «разрушительной», «нечестной» и даже «расточительной»; требовалось государственное регулирование и установление ограничений на вход, чтобы создать более упорядоченный рынок. Таким образом, пока антимонопольное законодательство отвлекало внимание, шумно преследуя конкурентные компании на открытых рынках, отдельные представители деловых кругов использовали власть правительства, добиваясь введения одобренных и санкционированных государством мер по ограничению конкуренции.

Единственный реальный способ покончить с монопольной властью в принципе — это ликвидировать ее источник. Государственное регулирование, регулирование входа в отрасль, субсидирование и антимонопольное регулирование — все это проявления интервенционистской власти государства, используемой частными компаниями в собственных интересах и во вред обществу.