

СУЩНОСТЬ МОНОПОЛЬНОЙ РЕНТЫ И МОНОПОЛЬНОЙ ВЫРУЧКИ И ФОРМУЛЫ ИХ РАСЧЁТА

Рудницкий Владимир Станиславович,
аспирант направления 38.06.01 «Экономика»,
e-mail: well94@yandex.ru,
Московский университет имени С.Ю. Витте, г. Москва

В статье автор рассматривает особенности распределения дохода, которые возникают в ситуации монополизации рынка. На таких рынках, в связи с нарушением конкурентного равновесия, одно или несколько очень крупных предприятий способны контролировать размер и качество предложения, а также цены, что приводит к неравномерному распределению доходов. Автор утверждает, что незаработанный доход, который создаётся и затем присваивается монополистом, следует считать монопольной рентой или монопольной выручкой, в зависимости от того, является ли этот доход результатом несправедливого распределения или результатом выкачивания богатства сверх созданной дополнительной стоимости. Источниками возникновения таких явлений как монопольная рента и монопольная выручка автор склонен считать различного рода ограничения конкуренции. Наибольшее внимание в статье уделяется рассмотрению монопольной ренты и её теоретическому расчёту. При расчётах предлагается отталкиваться от показателей, достижимых в условиях совершенной конкуренции.

Ключевые слова: монопольная рента, монопольная выручка, монополия, конкуренция, конкурентный риск, доля рынка

MONOPOLY RENT AND MONOPOLY REVENUE AS A RESULT OF THE LACK OF A COMPETITIVE MECHANISM

Rudnitskiy V.S.,
postgraduate student of the direction 38.06.01 «Economics»,
e-mail: well94@yandex.ru,
Moscow Witte University, Moscow

In the article, the author considers the features of income distribution in situations of monopolization of the market. In such markets, due to a violation of the competitive balance, one or several very large enterprises are able to control the size and quality of the supply, as well as the price, which leads to an uneven distribution of income. The author claims that the unearned income that made and appropriated by the monopolist should be considered as monopoly rent or monopoly revenue, depending on whether this income is the result of an unfair distribution or the result of pumping wealth beyond the added value created. The author is inclined to consider various kinds of competition restrictions as the source of such phenomena as monopoly rent and monopoly revenue. The greatest attention in the article is paid to the consideration of monopoly rents and its theoretical calculation. In the calculations, it is proposed to build on the indicators achievable in conditions of perfect competition.

Keywords: Monopoly rent, monopoly revenue, competition, monopoly, competitive risk, market share

DOI 10.21777/2587-554X-2020-2-22-28

Введение

В капиталистическом обществе товары и услуги распределяются среди потребителей по законам рынка. В то же время наёмные работники, фирмы, собственники ресурсов и государство рас-

пределяют между собой добавленную стоимость. Эффективность и справедливость этих процессов во многом зависит от уровня конкуренции.

Все игроки рынка стремятся получить конкурентные преимущества чтобы принимать участие в процессе распределения, а по возможности, даже управлять им. Конечной целью конкурентной борьбы является установление монополии.

Монополия – это ситуация при которой одна фирма (индивид или государство) владеет подавляющей долей рынка и может оказывать серьёзное влияние на происходящие на нём процессы производства и распределения.

В ситуации монополии происходит перераспределение доходов в пользу монополистов и в пользу собственников фирм-монополистов, а также создаются условия для возникновения монопольной ренты.

Так, в результате владения большей долей рынка, монополист получает большую выручку за счёт такого объёма продаж, которого не получилось бы достигнуть на конкурентном рынке. Таким образом монополист получает излишний перераспределённый в его пользу доход, подразумевающий под собой *монопольную выручку*.

Монополист также достигает высокой доли прибыли в общем доходе при этом не только за счёт повышения цен, но и благодаря низкой чувствительности потребителей к качеству и ассортименту продукции, экономии на мероприятиях по стимулированию сбыта, различным скидкам от контрагентов и другим преимуществам, которые ему даёт монопольное положение. Таким образом возникает *монопольная рента*.

Далее в статье эти понятия разбираются подробнее, а также предлагаются формулы для их теоретического расчёта.

Монопольная рента в трудах учёных

Как известно в современной рентной теории принято делить ренту на природную и экономическую. Среди разновидностей экономической ренты Ю.В. Разовский выделяет: монопольную, торговую, производственную, финансовую, имущественную, дарственную, спекулятивную, экспортно-импортную, интеллектуальную, историко-культурную и др. [3].

Одним из первых кто указал на возможность возникновения ренты в связи с монополией был К. Маркс. Он писал про уникальные земельные участки, на которых можно выращивать редкие виды продукции. Монопольная рента в таком случае представляла собой разность между монопольно высокой ценой на такую редкую продукцию и ее стоимостью [1]. Земельный участок мог считаться уникальным и ввиду своего удобного расположения, что, конечно, так же повышало его ценность в сравнении с другими участками. В случаях, когда эти уникальные свойства участков земли играли определяющую роль их владельцы были вне конкуренции.

Сегодня монопольная рента рассматривается в контексте рынка по сути любой продукции. Дэвид Харви, предлагает делить монопольную ренту на две формы: *монопольная рента I*, которая возникает в следствие владения уникальным товаром, обладающим особыми качествами или привилегированным положением компании в индустрии, и *монопольная рента II*, которая достигается благодаря легальному установлению монопольных прав, примером выступают патенты и коммерческие контракты [7, 8].

Данное разделение демонстрирует основные причины захвата монопольного положения, хотя сама природа монопольной ренты I и II остаётся одинаковой, так как возникновение ренты обусловлено не причинами получения монопольного положения, а самой ситуацией монополии на рынке.

К тому же, если говорить о патентах, то здесь важно заметить, что патентованное решение не обязательно является лучшим и не обязательно приводит к монополии. Рента, возникающая в связи с обладанием патента в классификации Ю.В. Разовского, а также современного зарубежного учёного Бирча обозначается как научно-техническая рента (*technoscience rent*) [3, 6]. Бирч рассматривает патенты как нематериальные активы, выступающие как капитализируемая собственность [5]. Рента такого рода обычно существует в виде роялти, которое получает патентодатель, хотя иногда приобретает и черты монопольной ренты.

Неоднозначность в определении источника возникновения монопольной ренты может привести к достаточно спорным утверждениям. Например, И.Н. Повод предлагает под монопольной рентой понимать дополнительный доход, полученный организацией, занимающей доминирующее положение на рынке, вне зависимости от источника его возникновения. Иначе говоря, если организация-доминант получает ренту, то она признаётся монопольной [2].

При таком подходе теряются причины возникновения монопольной ренты, она превращается в формальное понятие. Более того за монопольную в таком случае принимаются и другие виды ренты, если монополист, например, занимается добычей полезных ископаемых.

Отталкиваясь от утверждения Ю.В. Разовского о том, что монопольная рента возникает в следствие доминирующего положения производителя товаров, услуг или торгово-посреднической организации на рынке, способных диктовать свои условия потребителю (цены, ассортимент, качество и др.) [3], автор данной статьи предлагает считать монопольной рентой ту часть прибыли, которая возникла как результат отсутствия или нарушения конкуренции. Ниже приведена формула для её теоретического расчёта.

Расчёт монопольной ренты

Традиционно монопольную ренту считают исходя из того, что на монопольном рынке установлен высокий по сравнению с конкурентным уровень цен [5]. Формула для её вычисления выглядит следующим образом:

$$MR_p = (p_f - p_n) \times Q,$$

где MR_p – монопольная рента, образующаяся при повышении цен;

p_f – фактическая цена за единицу продукции;

p_n – нормативная цена за единицу продукции (которая была бы на конкурентном рынке);

Q – количество реализуемой продукции.

Цена, которую мы принимаем за нормативную может быть рассчитана следующим образом:

$$p_n = PC + TC + h,$$

где p_n – нормативная цена за единицу продукции;

PC – производственные издержки на единицу продукции на конкурентном рынке;

TC – транзакционные издержки на единицу продукции на конкурентном рынке;

h – вознаграждение предпринимателя, рассчитанное на единицу продукции.

Вознаграждение предпринимателя на конкурентном рынке должно быть справедливо относительно вложенного им труда и капитала и включать в себя награду за риск.

По мнению автора монопольную ренту следует понимать более широко и учитывать не только фактор цены. Ограничения конкуренции дают монополисту множество дополнительных преимуществ, таких как экономия на мероприятиях по стимулированию сбыта, различные скидки контрагентов, низкая чувствительность потребителей к качеству и ассортименту продукции и так далее. Следствием этого становится снижение издержек, как производственных, так и транзакционных.

Следующий важный фактор, который следует учесть при расчёте монопольной ренты, это то, что с исчезновением конкуренции снижаются и риски предпринимателя, а следовательно, и полагающееся ему вознаграждение.

Таким образом более полная и развёрнутая формула для вычисления монопольной ренты, по мнению автора будет выглядеть следующим образом:

$$MR = (PC_c - PC_m) + (TC_c - TC_m) + r + MR_p,$$

где MR – монопольная рента;

PC_c – производственные издержки компании на конкурентном рынке;

PC_m – производственные издержки компании на монополизированном рынке;

TC_c – транзакционные издержки компании на конкурентном рынке;

$ТС_m$ – транзакционные издержки компании на монополизированном рынке;

r – награда за риск конкуренции;

MR_p – монополярная рента, образующаяся при повышении цен.

Такая развёрнутая формула расчёта монополярной ренты позволяет учесть больше факторов, возникающих в следствие монополизации рынка и принять во внимание справедливость предпринимательского вознаграждения.

Примеры проявления монополярной ренты особенно явно можно наблюдать в активно монополизирующейся сегодня экономике США, о чем свидетельствуют данные рисунка 1. С 2008 г. американские фирмы участвуют в одном из крупнейших раундов слияний за всю историю своей страны стоимостью 10 триллионов долларов. В отличие от предыдущих приобретений, направленных на захват зарубежных рынков, эти слияния направлены в основном на консолидацию в самой Америке и становятся причиной нарушения конкуренции на американских рынках, которые активно обсуждаются учёными.

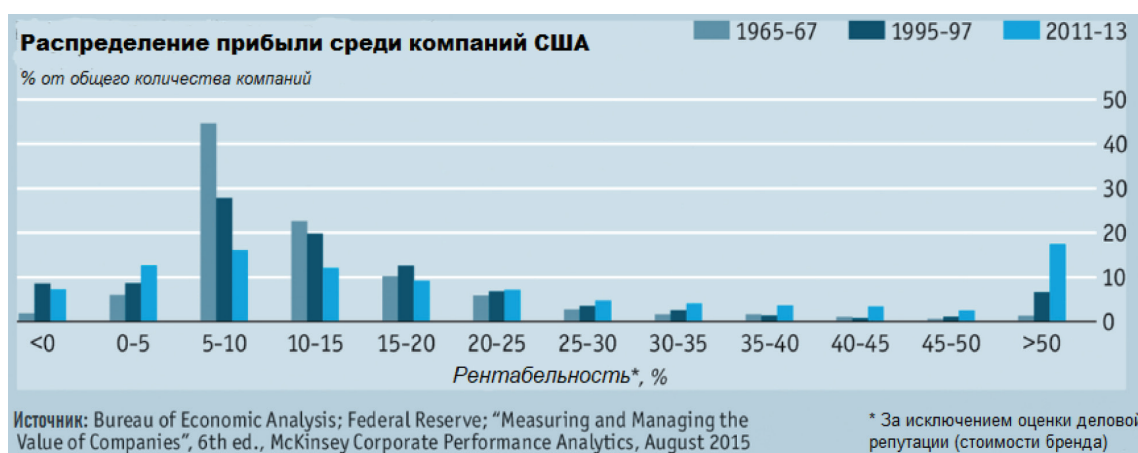


Рисунок 1 – Рентабельность компаний США

Объединение компаний приводит к увеличению доли одного игрока на рынке и, часто, к сокращению его расходов, что серьёзно влияет на конкуренцию. На рисунке 1 видно, что за последние два десятилетия всё больше американских фирм становятся сверхрентабельными и достигают более чем 50 % возврата дохода на вложенный капитал. Не последнюю роль в этом играет именно тот факт, что на многих рынках вокруг крупных компаний существует некий «ров», который позволяет им крепко удерживать свои позиции лишая возможности для входа более мелких игроков¹.

Ограничительные меры, такие как лицензирование и патенты, также сильнейшим образом влияют на конкуренцию и не только снимают с предпринимателя конкурентные риски, но и дают возможность устанавливать монополярно высокую цену. К примеру, широкую огласку получил случай с компанией Turing Pharmaceuticals, которая приобрела права на препарат Daraprim и резко подняла цену с 13,50 \$ за таблетку до 750 \$ за таблетку – скачок на 5000 % (Daraprim – общепринятое название препарата пириметамин, является единственным лекарством для лечения токсоплазмоза, а также для совместного лечения ВИЧ-инфекций, некоторых видов рака и малярии)².

В России в 2017–2018 гг. монополярно высокую цену установил Выксунский металлургический завод (АО «ВМЗ») на железнодорожные колеса, что привело, по оценкам федеральной антимонопольной службы, к росту средней цены на данный товар на 80 %. В декабре 2016 г. одно колесо стоило 24 тыс. руб., в ноябре 2018 г. – 38 100 руб., а в июне 2019 г. – уже более 100 тыс. руб. за штуку. Таким

¹ Too much of a good thing Profits are too high. America needs a giant dose of competition [Internet resource] // The Economist – Updated on: 26.03.2016. – URL: <https://www.economist.com/briefing/2016/03/26/too-much-of-a-good-thing> (date of the application: 05.05.2020).

² Seidman B. Drug price increases 5,000 percent overnight [Электронный ресурс] // CBS NEWS – Дата обновления: 22.09.2015. – URL: <https://www.cbsnews.com/news/generic-drug-price-increases-5000-percent-overnight> (дата обращения: 05.05.2020).

образом, обслуживание вагонов для предприятий «Уралхим-транса» и «Уралкалия», которые и открыли дело против завода, выросло на 725 млн руб. (при потребности в 12 тыс. колес в год)³.

Таким образом монополизация рынка ведёт к такому поведению фирмы, когда она начинает злоупотреблять своей возможностью выкачивать богатство вместо того, чтобы создавать реальную дополнительную стоимость.

Расчёт монопольной выручки

Не стоит упускать из вида, что гонка за монопольным положением это в первую очередь гонка за захватом как можно большей доли рынка, а следовательно, за как можно большим объёмом продаж.

На монополизированном рынке не обязательно установлены монопольно высокие цены. Возможна ситуация, когда монополист удерживает положение именно за счёт своей способности поддерживать цены на таком низком уровне, что это является барьером для входа на рынок других фирм. Это означает косвенное присутствие конкурентного механизма на рынке.

В некоторых обстоятельствах величина монопольной ренты, рассчитанная по предложенной выше формуле, может быть даже отрицательной. В таком случае предприниматель в первую очередь заинтересован в монопольной выручке и прибыли, которую она подразумевает.

Выручка может иметь для монополиста решающее значение, при том, что прибыльность в краткосрочном периоде может быть даже ниже банковского процента. Увод капитала в сферу с большей прибыльностью не будет выглядеть привлекательно ввиду того, что компания здесь и сейчас получает гарантированный крупный *денежный поток*, управление которым предоставляет при грамотном использовании больше возможностей в сравнении, например, с управлением той же суммой капитала, но лежащей в банке под процент. В последнем случае без ущерба для прибыльности предприниматель мог бы извлекать только полученные проценты с вложенного в банк капитала.

Монопольная выручка – это, по определению автора, выручка, получаемая фирмой с той доли рынка, которой она владеет в следствие ограничивающих конкуренцию условий [4].

Расчёт монопольной выручки может быть произведён исходя из предположения, что доли рынка в идеальной конкурентной среде могут быть равномерно распределены по всем игрокам.

Для начала рассчитываем совокупную выручку, получаемую с рассматриваемого рынка:

$$I_G = p \times Q,$$

где I_G – совокупная выручка, полученная на данном рынке за рассчитываемый период;

p – цена за единицу продукции;

Q – количество реализованной за рассчитываемый период продукции.

Далее нужно вычислить какая выручка приходилась бы на 1 % доли рынка при равномерном её распределении:

$$k = \frac{I_G}{100},$$

где k – прибыль на 1 % рынка при равномерном распределении;

I_G – общая выручка, полученная на данном рынке за рассчитываемый период.

Для расчёта монопольной выручки теперь нужно выяснить какой долей рынка обладал бы каждый игрок на рынке с чистой конкуренцией. Предположив, что уровень технологии и постоянные издержки всех компаний равны и отталкиваясь от существующего объёма рынка следует взять в расчёт то количество компаний, при котором все достигают максимального эффекта масштаба и имеют стимул для продолжения деятельности без возможности расширения. В случае естественной монополии количество компаний способных добиться наилучшей экономической эффективности равно 1, в таком случае вопрос о монопольной выручке не стоит, так как монополист не занимает «чужую» долю рынка, а максимизирует эффективность на нём.

³ Трифонова П. «Уралхим» и «Уралкалий» обратились в ФАС из-за цен на колеса для поездов [Электронный ресурс] / РБК – Дата обновления: 05.09.2019. – URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5d7159649a79472a81634b99> (дата обращения: 07.05.2020).

$$n = \frac{100\%}{N}$$

где n – доля рынка одного предприятия при чистой конкуренции %;

N – количество предприятий способных добиться максимальной экономической эффективности на рассматриваемом рынке.

Далее вычтя из текущей доли рынка монополиста ту долю, которую он бы занимал на конкурентном рынке и умножив это на приходящийся на 1 % доход мы получим монопольную выручку:

$$MI = (s - n) \times k,$$

где MI – монопольная выручка;

s – доля рынка монополиста %;

n – «конкурентная» доля рынка;

k – средняя доходность с 1 % рынка.

Важно отметить, что перераспределение дохода в пользу крупных игроков может вести к серьезным проблемам. Если компании получают больше прибыли, чем могут потратить, это приводит к снижению спроса (в следствии уменьшения денежной массы в обороте). Это также становится насущной проблемой в монополизирующейся экономике США, где инвестиции фирм вроде достаточны по историческим меркам, то есть относительно активов, продаж и ВВП уровень инвестиций довольно нормальный. Тем не менее, внутренние денежные потоки настолько высоки, что даже после инвестиций у фирм всё еще остаются денежные средства, составляющие, по некоторым расчётам, около 800 млрд долларов в год, которые могли бы обеспечивать платежеспособный спрос⁴.

Заключение

Монополизация рынка может произойти по различным причинам, но важно учесть, что сама ситуация монополии имеет последствия, влияющие на происходящие экономические процессы. Наиболее серьезно монополизация рынка сказывается на процессе распределения доходов в результате чего возникают такие явления как монопольная рента и монопольная выручка.

Отталкиваясь от классификации Ю.В. Разовского, автор статьи предлагает считать монопольной рентой ту часть прибыли, которая возникает как результат отсутствия или нарушения конкуренции. При расчёта монопольной ренты следует учитывать: во-первых, разницу между ценами возможными на конкурентном рынке и ценами на рынке монополизированном. Во-вторых, в монопольную ренту включается разность издержек, достигаемых на конкурентном рынке и издержек в ситуации монополии. В-третьих, одной из важнейших особенностей монопольной ренты, по мнению автора, является то, что к ней стоит относить награждение за конкурентные риски предпринимателя.

Большой интерес для фирмы-монополиста представляет не только монопольная рента, но и монопольная выручка. Автор даёт следующее определение монопольной выручке: «монопольная выручка – это выручка, получаемая фирмой с той доли рынка, которой она владеет в следствие ограничивающих конкуренцию условий». При расчёте монопольной выручки следует исходить из объёма рынка и потенциально возможного на нём уровня конкуренции.

Список литературы

1. Маркс К. Капитал. Т. 3. – М.: Издательство политической литературы, 1978. – 1082 с.
2. Повод, И.Н. Использование монопольной ренты в качестве основы для формирования бюджета // Экономическая наука сегодня: сборник научных статей; Белорусский национальный технический университет; факультет технологий управления и гуманитаризации; кафедра экономики и права; редкол.: С.Ю. Солодовников (пред. редкол.). – Мн.: БНТУ, 2018. – Вып. 8. – С. 307–314.

⁴ Too much of a good thing Profits are too high. America needs a giant dose of competition [Internet resource] // The Economist – Updated on: 26.03.2016. – URL: <https://www.economist.com/briefing/2016/03/26/too-much-of-a-good-thing> (date of the application: 05.05.2020).

3. *Разовский Ю.В.* Природная рента: управление сверхприбылью: ЛитРес: Самиздат, 2019.
4. Экономика (Экономическая теория): учеб. пособие / под рук. и ред. проф. Б.Д. Бабаева. – 5-е изд., испр. и доп. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2008. – 572 с.
5. *Birch K.* Rethinking value in the bio-economy: Finance, assetization and the management of value. *Science, Technology and Human Values* 42(3), 2017. – С. 460–490.
6. *Birch K.* Technoscience rent: Toward a theory of rentiership for technoscientific capitalism *Science, Technology and Human Values*. Epub ahead of print, 2019.
7. *Harvey D.* Spaces of Capital: Toward a Critical Geography. – New York: Routledge 8(3–4), 2001. – С. 239–255.
8. *Wang, K.-C.* The art of rent: the making of edamame monopoly rents in East Asia // *Environment and Planning E: Nature and Space*, 2019. – С. 1–18.

References

1. *Marks K.* Капитал. Т. 3. – М.: Издатel'stvo politicheskoy literatury, 1978. – 1082 с.
2. *Povod, I.N.* Ispol'zovanie monopol'noj renty v kachestve osnovy dlya formirovaniya byudzheta // *Ekonomicheskaya nauka segodnya: sbornik nauchnyh statej; Belorusskij nacional'nyj tekhnicheskij universitet; fakul'tet tekhnologij upravleniya i gumanitarizacii; kafedra ekonomiki i prava; redkol.: S.Yu. Solodovnikov (pred. redkol.).* – Mn.: BNTU, 2018. – V. 8. – S. 307–314.
3. *Razovskij Yu.V.* Prirodnaya renta: upravlenie sverhpribyl'yu: LitRes: Samizdat, 2019.
4. Экономика (Экономическая теория): учеб. пособие / под рук. и ред. проф. Б. Д. Бабаева. – 5-е изд., испр. и доп. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2008. – 572 с.
5. *Birch K.* Rethinking value in the bio-economy: Finance, assetization and the management of value. *Science, Technology and Human Values* 42(3), 2017. – С. 460–490.
6. *Birch K.* Technoscience rent: Toward a theory of rentiership for technoscientific capitalism *Science, Technology and Human Values*. Epub ahead of print, 2019.
7. *Harvey D.* Spaces of Capital: Toward a Critical Geography. – New York: Routledge 8(3–4), 2001. – С. 239–255.
8. *Wang, K.-C.* The art of rent: the making of edamame monopoly rents in East Asia // *Environment and Planning E: Nature and Space*, 2019. – С. 1–18.