

ЛПККП
ЛССР

**Лаборатория
Проблем конкуренции и
конкурентной политики**
119899, Москва, Воробьевы горы, Третий
корпус гуманитарных факультетов
www.lccp.econ.msu.ru

Бюллетень конкурентной политики

Выпуск №5
Апрель, 2012



**О промежуточных итогах применения
Закона о торговле**

Автор:

С.Б.Авдашева

Редактор:

А.Е.Шаститко

Аннотация

Доклад комментирует накопленные к весне 2012 г. данные о результатах применения закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» в свете современных представлений о взаимодействии между участниками смежных рынков. Имеющиеся данные не позволяют сделать вывод о том, что применение закона привело к повышению общественного благосостояния. Эти же данные дают основания заключить, что применение закона и не сопровождалось перераспределением благосостояния в обещанном направлении. В качестве эффектов закона обсуждается его воздействие на конкурентоспособность, межфирменную кооперацию и модель инфорсmenta законодательства.

При использовании, частичном или полном, материалов, изложенных в настоящем бюллетене, ссылка на Лабораторию проблем конкуренции и конкурентной политики обязательна.

© С.Авдашева, 2012
© ЛПККП, 2012

Содержание

| | |
|--|----|
| Вместо введения..... | 4 |
| О конкурентных преимуществах: Simplemente Maria..... | 5 |
| О стимулах к кооперации и роли государства-гаранта | 9 |
| О суммарных выигрышах и их распределении | 13 |
| Литература..... | 16 |
| Summary | 18 |

Вместо введения

При обсуждении закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» (далее – Закона о торговле) в 2008-2012 г. и его сторонники, и противники руководствовались разной логикой. Однако концентрированное выражение основных позиций представлено, пожалуй, четырьмя именами – Дмитрий Даугавет, Тимофей Нижегородцев, Вадим Новиков, Вадим Радаев. Водораздел между ними может быть проведен по-разному, но взгляды каждого настолько концентрированы, что их имена могут использоваться не только как собственные, но и как обозначение определенной позиции. С точки зрения разделяемой позиции Тимофей Нижегородцев и Дмитрий Даугавет – сторонники регламентации контрактных отношений между поставщиками и розничными торговцами (что не обязательно означает поддержку закона), Вадим Новиков и Вадим Радаев – противники. По шкале «радикальность – умеренность» Тимофей Нижегородцев и Вадим Новиков занимают гораздо более крайние позиции, чем Дмитрий Даугавет и Вадим Радаев. При аргументации своей точки зрения Тимофей Нижегородцев и Вадим Новиков склонны руководствоваться мировоззренческими соображениями, Дмитрий Даугавет и Вадим Радаев не готовы давать оценок, не обоснованных эмпирическими наблюдениями.

Но именно различие позиций и их основ дает возможность обсудить промежуточные результаты применения закона, практически только комментируя сказанное этими четырьмя экспертами, и почти ничего не добавляя от себя. Именно это в бюллетене и будет сделано.

Мы не будем описывать ни историю, ни мотивы принятия закона. Для этого нужно обратиться к книге Вадима Радаева [Радаев, 2011].

О конкурентных преимуществах: *Simplemente Maria*

Любовь не картошка, не выбросишь в окошко.
[Русская поговорка]

Мы не будем оценивать те задачи введения закона, вопрос о достижении которых взрослому человеку задавать так же неловко, как спрашивать, существует ли Дед Мороз. Это относится, например, к обещанному проponentами принятия закона три года назад понижению розничных цен на 25%. Обратимся только к тем задачам, которые – пусть были и не центральными в политических дискуссиях – рассматривались как достижимые. Одной из таких задач была всенародная борьба с бонусами, а как оказалось впоследствии – с любыми условиями договора, за исключением цены поставки. Что мы можем сказать об итогах применения закона? Не только полученные независимо, но и проинтерпретированные с разных позиций данные Даугавета [Даугавет, 2011] и Радаева [Радаев, 2012b] говорят нам о том, что бонусы никуда не делись: они по-прежнему используются, и едва ли не стали больше, и едва ли не применяются чаще. Можем ли мы рассматривать этот результат как неудачу закона? На мой взгляд – нет, напротив, мы должны радоваться, что самого страшного в секторе не случилось.

Одно из самых наглядных объяснений механизма отрицательных эффектов «мира без бонусов», неоднократно звучавшее в дискуссиях², принадлежит Вадиму Новикову. Пусть три молодых человека добиваются расположения одной девушки Марии. У трех претендентов разные конкурентные преимущества: один дарит подарки, другой пишет стихи, третий – в хорошей физической форме и с хорошим характером. Представим себе гипотетическую ситуацию. Первый претендент жалуется максимизатору общественного благосостояния на то, что дорогие подарки его совсем разорили. Максимизатор в ответ на эту жалобу просто запрещает Марии принимать подарки.

Кому-то такой исход может показаться хэппи-эндом: олигарх уступает место поэту и спортсмену, кого бы из них не предпочла девушка – то, что не купишь, торжествует над тем, что купить можно. Однако посмотрим на исход регулятивного вмешательства как экономисты. Повысилась ли полезность Марии? Определенно нет. Если она предпочитала стихи материальным подаркам, она в любом случае не выиграла (в терминах выявленных предпочтений – доступные после изменения наборы были доступны Марии и до изменения). Если она предпочитала подарки стихам – она определенно проиграла. Повысилась

² Например, в выступлении на II Международном форуме журнала «Конкуренция и право» 5 апреля 2012 г.

ли полезность молодого человека, разорвавшегося на подарки? Определенно нет, потому что хоть он и сохранил свои деньги, зато выбывает из числа претендентов на сердце избранницы – хотя его предшествующее поведение показывает, что ожидаемые выигрыши от взаимности он ценит выше сэкономленных денег. Если искать участников взаимодействия, полезность которых повысилась, то ими могут быть или поэт, или жизнерадостный спортсмен. Мораль этой истории состоит в том, что бенеvolentное вмешательство в виде запрета *при определенных условиях может нанести ущерб именно тому, чьи интересы предполагалось защитить*³. Возвращаясь от чужой личной жизни к национальному сектору розничной торговли: именно так запреты на уплату бонусов могут нанести ущерб не только розничным сетям, но и поставщикам, по крайней мере некоторым из них⁴.

Самое интересное в этой параллели – реакция на неё Тимофея Нижегородцева. Ни на секунду не усомнившись в её обоснованности – хотя любому более или менее опытному спорщику есть что сказать по этому поводу, – он немедленно возразил, что Марии *нельзя* предоставлять свободу выбора. Есть только один эволюционно устойчивый вариант – физически и психически здоровый спортсмен. Устранение из соперничества поэта и олигарха оправданно с точки зрения эволюции, стихи и подарки – равно от лукавого.

В принципе, мешаться в спор на таких основаниях бессмысленно. Если Нижегородцев верит, что свобода выбора всегда должна уступать задаче максимизации общественной полезности (хотя хочется спросить – он действительно верит, что мы будем несчастнее, если выбирать подруг иначе, чем подбирают пары на конеферме), аргументы, основанные на тезисе о преимуществе свободы выбора, его не убедят. Если Новиков убежден, что свобода выбора является самостоятельной ценностью (хотя и здесь хочется спросить – следовал бы он своим убеждениям, если бы речь шла о *его* дочери), никакие аргументы об оправданности вмешательства в определенных обстоятельствах не будут восприняты.

Но позиция большинства экономистов может зависеть от того, какие же подарки Марии предлагаются, то есть какова экономическая природа бонусов в отношениях между поставщиками и розничными сетями. Мы не будем рассматривать так называемые «бонусы от объема» – это просто эквивалент скидки от объема, практики не только широко распространенной, но и заведомо приносящей выигрыши общественному благосостоянию (о чем свидетельствует обширная

³ Мы не будем подробно разворачивать эту параллель применительно к взаимоотношениям торговых сетей и поставщиков. Это неоднократно делалось её автором – см., например [Новиков, 2009].

⁴ Мы не будем воспроизводить предположения о том, какие именно поставщики могут скорее пострадать от ограничений на бонусы. Подробнее об этом [Avdasheva, Shastitko, 2011].

литература, посвященная количественной ценовой дискриминации). Обратимся к бонусам, известным как плата за место на полке, или плата за предоставление маркетинговых услуг.

Экономическая теория этого типа бонусов содержится в работе Клейна и Райта [Klein, Wright, 2007]. Если рассматривать взаимодействие одного поставщика с ритейлером, бонус отражает часть дополнительной прибыли, которую получает поставщик в результате того, что ритейлер *на самом деле предоставил ему маркетинговые услуги, которые привели к повышению объема продаж* (рис. 1).

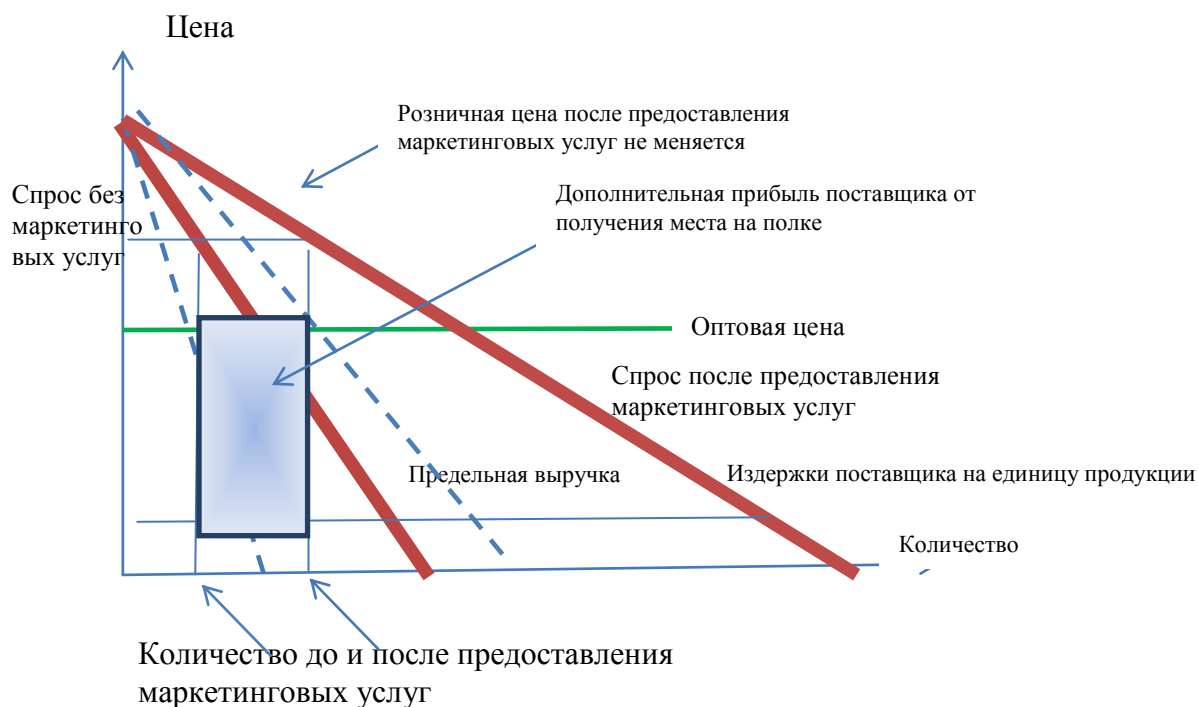


Рис. 1. Маркетинговые услуги повышают спрос покупателей и ведут к увеличению прибыли поставщиков

Маркетинговой услугой является сам факт размещения товара поставщика на полке ритейлера. Преимущество современных супермаркетов как формы организации торговли в том и состоит, что они позволяют продавать больше. В модели Клейна-Райта (имеющей, в отличие от множества других идей о бонусах, достоверное эмпирическое подтверждение [Wright, 2007]) предоставление места на полке пропорционально увеличивает величину розничного спроса на продукцию продавца (рис.1), что позволяет расширить продажи и получить дополнительную прибыль без повышения розничной цены.

Предоставление места на полке порождает разновидность положительного вертикального внешнего эффекта – затраты на полку несет один, а выигрыши получают оба, и ритейлер, и поставщик. При этом, как всегда при вертикальном взаимодействии, предельная выручка поставщика от расширения продаж превышает предельную выручку ритейлера от того же самого расширения. В этой ситуации плата за

место на полке является на языке экономической теории способом интернализации внешних эффектов, а по-простому – способом поделиться с тем, кто делает тебя счастливым, чтобы он продолжал делать это.

То есть «мир без бонусов» даже в случае единственного возможного поставщика не выглядит таким уж справедливым. Однако в случае нескольких поставщиков он выглядит не только несправедливым, но и неэффективным. Ограниченность полки создает проблему её распределения между разными поставщиками. Максимизация общественного благосостояния (пусть в терминах частичного равновесия) требует, чтобы больше места получил поставщик, для которого маркетинговые услуги приведут к большему расширению продаж, большей дополнительной прибыли и поставщика, и ритейлера. Определение платы за место на полке и величины спроса на полочное пространство служат надежным способом решения проблемы размещения: производитель будет приобретать такое количество полочного пространства, при котором его предельные выигрыши не ниже цены за предоставление единицы полочного пространства в определенный отрезок времени. В свою очередь, ритейлер будет распределять полочное пространство таким образом, чтобы предельные выигрыши от предоставления единицы полки разным поставщикам были равны друг другу. Эти предельные выигрыши зависят, безусловно, не только от «ставки» платы за полку, но и от маржи между розничной и оптовой ценой. Вариация «ставки» платы за полку может оказаться особенно выгодной для тех поставщиков, которые не могут обеспечить достаточно высокую маржу между оптовой и розничной ценой.

В любом случае, природа бонуса связана со стимулирующим распределением дополнительных выигрышей от взаимодействия. Розничные сети не более вымогают деньги у поставщиков, а поставщики не больше подкупают розничные сети, чем это происходит в нормальной семье.

Федеральная антимонопольная служба как орган, определяющий процедуры применения Закона о торговле, не воспринимает такую интерпретацию бонусов и оплаты маркетинговых услуг. Проявлением такого неприятия служит интерпретация стоимости маркетинговых услуг, определенной в процентах от стоимости реализуемой продукции, как дискриминации [Антимонопольное регулирование, с. 12]. На самом деле, даже непонятно, как же иначе может быть определена стоимость маркетинговых услуг (и даже проще – места на полке), если и для «покупателя» услуг, и для их «продавца» издержки и выгоды измеряются именно долей от объема продаж. Для «покупателя» услуг это дополнительная прибыль (рис. 1), а для «продавца» - часть дополнительной прибыли тех поставщиков, которым в месте на полке отказано.

Вернемся от модели Клейна и Райта к спору Нижегородцева с Новиковым. Запрет на бонусы оказывается эквивалентным не запрету вымогательства коварной девушкой подарков у наивного олигарха, и не запрету на обман наивной девушки коварным олигархом. Это запрет на распознавание среди возможных партнеров именно того, с кем можно бы достичь наилучших результатов. Вот и объяснение выживания бонусов, несмотря на все попытки их искоренить – любовь не картошка.

О стимулах к кооперации и роли государства-гаранта

Почем, дева, плачешь?
[Из старинной казачьей песни]

Подход Клейна-Райта, помимо прочего, полезен изменением ракурса, под которым экономисты смотрят на взаимоотношения между поставщиками и розничными сетями. Они, в первую очередь, не антагонисты; у них, безусловно, есть общая цель – предложить покупателю набор продуктов, пользующийся наибольшим спросом. Распределение пирога является вторым вопросом, первым – увеличение пирога. Нет сомнений, что для совместного создания большего пирога поставщикам и ритейлерам необходимо сотрудничество. Однако применение Закона о торговле оказывает на кооперацию отрицательное воздействие, масштабы которого могут оказаться весьма значительными.

Механизм разрушительного воздействия государственного инфорсmenta на межфирменную кооперацию описан в предложенной Шаститко модели ошибающегося гаранта [Шаститко, 2011]. Эта модель, на мой взгляд, не получила достаточной оценки, пав жертвой нашей привычки разделять теорию и жизнь.

С одной стороны, экономисты непрерывно требуют усиленного курса теории. С другой стороны, при любой попытке начать разговор на языке моделей большинство читателей и слушателей перестают обращать внимание на содержание – все когнитивные ресурсы тратятся на то, чтобы понять форму. Вот почему позволю себе воспроизвести одну из возможных интерпретаций модели.

Участники стратегического взаимодействия могут вести себя кооперативно или нет. Высокая оценка будущих выигрышей в принципе является достаточным стимулом к кооперативному поведению – тогда возникают хорошо известные экономистам и социологам отношенческие контракты. Отношенческие контракты хороши абсолютны всем: они позволяют экономить на издержках спецификации договорных обязательств *ex ante*, не возлагают на участников избыточных издержек и т.д. Прямо как гражданский брак. Однако отношенческие контракты

крайне требовательны к стимулам участников *в каждый конкретный момент времени*. Стоит оценкам будущих выигрышей от кооперативного поведения измениться – отношенческий контракт перестает поддерживаться в равновесии. Не только гражданский брак, но и любой тип отношенческого контракта хорош в исключительно устойчивой среде.

На практике же устойчивость отношенческого контракта может требовать присутствия гаранта, способного вмешаться в случае отказа партнеров от кооперативного поведения. Предупреждая вопросы – в этом утверждении нет противоречия с общепринятым делением контрактов на классические, неоклассические и отношенческие. Каждый реально существующий договор включает элементы нескольких типов контрактов и комбинацию механизмов инфорсмента. Существование отношенческого контракта внутри особого типа правовых отношений – совершенно нормальное явление в бизнес-практике. Пример – контракты с элементами исключительности Бейкера-Гиббонса-Мерфи [Baker et al., 2002]. В России большая часть контрактов – именно такая «лягушонка в коробчонке», когда реальная выработка взаимных прав и обязанностей происходит внутри рамочного договора, который на первый взгляд может показаться пустышкой.

Итак, стороны формулируют условия рамочного договора так, чтобы в случае грубого нарушения обязательств можно было прибегнуть к помощи гаранта. При этом вмешательство государства как гаранта нужно приблизительно так же, как общественное порицание не выполняющего свои обязанности супруга – то есть как угроза.

Угроза санкций со стороны гаранта должна способствовать поддержанию устойчивости кооперации в случае внешнего шока. Вроде бы теперь все хорошо (если гарант не запрашивает за свои услуги слишком много). Идиллия исчезает в том случае, когда гарант начинает ошибаться. Причем ошибки II рода (не-наказание виновного) до известной степени всего лишь возвращают на исходную позицию – кооперация разрушается благодаря тому, что нарушающий конвенцию участник достаточно высоко оценивает свои выигрыши, возникающие благодаря нарушению. По-настоящему разрушающее воздействие оказывает наказание невиновного, снижая оценку выигрышей ведущего себя кооперативно участника. Тем самым провоцируется отклонение от кооперативного поведения даже тогда, когда оно могло бы поддерживаться без вмешательства гаранта.

Итак, межфирменная кооперация разрушается ошибками I рода. В свою очередь, вероятность ошибок I рода повышается в рамках определенной модели инфорсмента [Крючкова, Авдашева, 2012]. В общем случае, любые ошибки отражают ограниченность ресурсов, доступных участникам правоприменения; в том случае, когда

расследование нарушений осуществляет орган исполнительной власти – это ограниченность ресурсов, приходящихся на расследование одного нарушения. В том случае, когда проверка исполнения закона осуществляется в рамках исполнения контрольно-надзорных функций, когда на орган исполнительной власти налагается обязанность расследовать *все* поступающие жалобы (в дополнение к делам, возбуждаемым по собственной инициативе), – степень ограниченности ресурсов будет зависеть от числа поданных жалоб. В свою очередь, когда число расследованных жалоб и обнаруженных нарушений служат критерием оценки деятельности органа исполнительной власти, он сам может провоцировать рост числа этих жалоб. В результате хорошо конкретному жалобщику, неплохо (несмотря на перегрузку) органу исполнительной власти, но при этом – страдает обоснованность и оправданность решений гаранта, что (возвращаясь к стратегическому взаимодействию партнера) имеет негативные последствия для стимулов к кооперативному поведению. В этой логике инфорсmenta неожиданные эффекты может иметь, в частности, повышение санкций. Более высокие санкции делают жалобу в уполномоченный орган исполнительной власти более привлекательной, число жалоб повышается, и при данном наборе законодательных требований, при данной численности сотрудников уполномоченного органа и ограниченности когнитивных возможностей и при данных ресурсах – выделенные на расследование одной жалобы ресурсы неизбежно снижаются. Это порождает рост ошибок обоюбого рода – награждение не причастных и наказание невиновных. Оба типа ошибок снижают результативность применения законов и вполне способны привести к равновесию, когда законодательство не меняет равновесие как результат стратегического взаимодействия, но при этом выигрыши его участников снижаются [Шаститко, 2011], поскольку они платят за то, что не получают. Казалось бы, абсолютно индивидуальная жалоба в антимонопольный орган сектору в целом обходится дорого – дева плачет отнюдь не бесплатно.

Применение Закона о торговле, по данным Вадима Радаева, выглядит почти идеальной иллюстрацией описанного механизма. Объектами контрольно-надзорных действий является значительная часть участников рынка – даже в 2010 году, первом году действия закона, по результатам мониторингового опроса Лаборатории экономико-социологических исследований проверкам подверглась четверть участников рынка [Радаев, 2012a]; из тех, кто был проверен, более половины получили замечания. Если в 2010 году антимонопольные органы проверили содержание 10 тыс. договоров, то в 2011 г. – свыше 15 тысяч. По итогам первых лет жалобы участников рынка друг на друга растут быстро: число заявлений в 2011 г. по сравнению с 2010 г. выросло с 74 до 209. Кстати, степень их обоснованности, скорее всего, низка невероятно: если антимонопольные органы, обнаруживающие

нарушения в 2/3 инициативных проверок, приходят к таким же результатам при проверке лишь каждой седьмой жалобы [Радаев, 2012а].

Плохо не только то, что дева плачет без повода. Еще хуже то, что сами нормы закона, а еще больше – их интерпретация, делают такое поведение индивидуально рациональным. Если ознакомиться с подготовленным ФАС России методическим пособием «Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности», мы обнаружим, что как нарушения закона трактуются многие типичные приемы в переговорах. Например, вот как антимонопольный орган интерпретирует навязывание [Антимонопольное регулирование, с.11]:

«Навязыванием контрагенту условий договора является направление хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, договора с невыгодными для контрагента условиями, которые правомерно контрагентом оспариваются, однако данная организация отказывается или уклоняется от согласования и принятия предложений контрагента»⁵.

Такие стандарты доказательства нелегальной практики заставляют предположить, что правилом взаимодействия в секторе служит «война всех против всех», усмирить которую можно только установлением крайне жестких правил. Вы будете удивлены – социологические исследования не показывают ничего подобного. Вадим Радаев [Радаев, 2012b] обнаруживает едва ли не противоположную картину: и конфликты между поставщиками и покупателями не столь часты, и самое главное – поставщики (как потенциально пострадавшая сторона) подтверждают, что при возникновении разногласий шаги навстречу делают обе стороны, поставщики не чаще, чем ритейлеры.

Думается, не случайно Дмитрий Даугавет – исследованиями которого [ЦИРС, 2005] и обосновывали принятие закона, спустя полтора года после его принятия критикует те инструменты, которые закон дал в руки исполнительной власти [Даугавет, 2011], и говорит о том, что сложную проблему нельзя решить простыми методами запретов. Почему же? Потому, что, по мнению Даугавета (в чем с ним нельзя не согласиться), главной проблемой, которая и подтолкнула к дискуссиям о политике в секторе, и в итоге – к принятию закона, было неравенство сторон в переговорном процессе, проблемы их взаимодействия. Но получилось так, что предметом инфорсmenta стало выполнение формальных требований, которые то ли ущемляют интересы контрагента, то ли нет. При этом, как говорит Даугавет, реальное ущемление интересов может происходить где-то рядом, однако если оно

⁵ Одна из экспертных интерпретаций этого правила была приблизительно такой: «Ты отказываешься пить или обсуждать идею выпить со мной? Раз так [отказываешься обсуждать] - ты навязываешь мне трезвость».

происходит не в формах, предусмотренных законом, то оно и не привлечет внимание уполномоченного органа.

Но может быть, по крайней мере, это хорошо? Вопросы взаимных обязательств, ущемления интересов и злоупотребления зависимостью – самые сложные и неоднозначные для правовой интерпретации. Может быть, легче признать, что справедливость встречается в жизни в виде исключения, а абсолютная и для всех – никогда, и не мешать гаранту в отношении между двумя участниками, даже тогда, когда один из них этого хочет, и тем более – когда этого не хочет ни один?

О суммарных выигрышах и их распределении

Посчитаем, уважаемые кроты?
[Г.Х.Андресен. Дюймовочка]

Практически все комментаторы соглашаются в том, что до сих пор интегральная оценка результатам применения закона не дана. Правда, я бы и не надеялась на то, что экспертное сообщество выработает не только интегральную оценку эффектов, но и такую оценку, которая могла бы послужить основой консенсуса. Идеологические расхождения неизбежно приводят к различию взглядов на интерпретацию любых частных индикаторов. Например, число решений ФАС России о нарушениях, особенно не отмененных судом, Тимофеем Нижегородцевым рассматривалось бы как свидетельство позитивного эффекта (антимонопольный орган – беневолянтный регулятор – добился, чего хотел, а плохого он хотеть не может), а Вадимом Новиковым – как свидетельство негативного эффекта (свобода договора ограничивалась чаще). Мы в данном случае воздержались бы от оценки – как известно, что мы считаем, то и имеем: если использовать в качестве критерия оценки деятельности настолько формальный индикатор, при этом находящийся под полным (или хотя бы существенным) влиянием оцениваемого, его значение может отражать и проблему, и решение, а может не отражать ни того, ни другого.

Безусловно, с осторожностью надо относиться к обобщению индивидуальных мнений участников рынка о применении закона. Конечно, результаты Вадима Радаева [Радаев, 2012а, Радаев, 2012б] выглядят очень ярко: практически никто из участников рынка не считает себя выигравшим от принятия закона, при этом готовы счесть выигравшим антимонопольный орган. Скептическое отношение к изменению договорных отношений под воздействием закона было зафиксировано и в других выборочных обследованиях [Обзор пищевой промышленности, 2011]. Однако вряд ли мы должны рассчитывать на абсолютную беспристрастность респондентов в этом вопросе: мы все

готовы относить наши успехи на собственный счет, а в неудачах винить кого угодно – контрагента, судьбу, погоду. А уж закон и государство – в первую очередь.

И тем не менее, мы как экономисты должны стремиться к интегральной оценке эффекта применения закона. Но хотелось бы напомнить, что такого рода интегральная оценка может быть, по крайней мере, двух типов. Можно оценивать воздействие закона на суммарное благосостояние (суммарные выигрыши), можно – на распределение выигрышей между разными сторонами в цепочке взаимодействия. Идеальный ожидаемый эффект закона состоял бы *и* в повышении общественного благосостояния, *и* в перераспределении выигрышей в пользу ранее ущемленной (в соответствии с критериями общественной полезности) стороны. Однако при определенных условиях даже снижение суммарного благосостояния не будет означать негативную интегральную оценку эффектов применения закона, в том случае, если мы ценим справедливость по сравнению с эффективностью достаточно высоко (пусть участники в итоге даже проиграют, если положение защищаемой стороны укрепитя) – если только представление о справедливости у всех одно.

Накопленные к настоящему моменту оценки гораздо больше говорят о тенденциях перераспределения выигрышей. И Дмитрий Даугавет [Даугавет, 2011], и Вадим Радаев [Радаев, 2012а, 2012b], и даже Тимофей Нижегородцев согласны в том, что радикального изменения баланса переговорных позиций и выигрышей в секторе не произошло. Во всяком случае, нет даже частных «историй успеха», хотя авторы закона и органы, уполномоченные на его информсмент, вроде бы должны быть заинтересованы в их сборе и презентации экспертам и законодателю.

Что же касается изменений совокупных выигрышей, специалисты по организации сектора давать им оценки пока отказываются. Хотя работы, интерпретирующие эмпирические наблюдения, предоставляют некоторые данные для такой оценки. Во всяком случае, издержки введения закона и для участников рынка, и для регулятора несомненны. Вполне можно перевести в денежный эквивалент дополнительные затраты *четверти розничных сетей ежегодно* [Радаев, 2012а, 2012b]. Велики дополнительные затраты собственно на проверки – если документы в исполнительный орган возят «Газелями» [Даугавет, 2011]. Велики затраты и на изменение содержания договоров, и в особенности – на приспособление к требованиям закона. В этой связи особенно ярко выглядит зафиксированный Дмитрием Даугаветом [Даугавет, 2011] переход участников рынка к альтернативным формам организации договоров («*найдите или создайте фирму, которая будет перечислять нам ваши бонусы*»). Движение от легальных к внелегальным

отношениям представляет еще одно отступление в сторону «иного пути» (де Сото), которое безусловно повышает затраты сектора.

Ну, если профессионалы все-таки отказываются давать хотя бы приблизительную оценку изменения суммарного выигрыша в результате применения закона, за дело приходится браться любителям, в данном случае – экономистам широкого профиля. Для приблизительной количественной оценки последствий применения закона можно опираться на простой принцип. На рынке есть спрос, о котором можно судить по выручке участников рынка. Мы обычно можем формировать достоверные предположения об эластичности спроса. Соответственно, можно судить о том, как изменится по крайней мере выигрыш потребителей в том случае, если под воздействием применения регулирующих норм изменяются цены.

Объектом оценки группы служит проект изменения Закона о торговле, который предполагал введение дополнительных ограничений на условия договорных отношений. Обоснованно предполагалось, что вносимые изменения ограничивают возможности неценовой конкуренции поставщиков (см. выше параграф о претендентах на чувства Марии) и увеличивают риски недобросовестного поведения поставщиков (см. выше параграф о плачущей деве). Общим результатом для благосостояния является ослабление конкуренции.

В соответствии с практикой, принятой при оценке воздействия эффектов изменения конкуренции, предполагается, что в результате её снижения (в том случае, если речь не идет о сговоре), цены повышаются на 1% [Neven, Zenger, 2008]. Предполагая, что эластичность спроса на продовольственные товары составляет менее 0.50, но более 0.25⁶, предельные издержки не зависят от выпуска, а дополнительные затраты участников сектора являются постоянными и не влияют на розничную цену, чистые потери общественного благосостояния в результате такого повышения цен будут находиться в интервале 0.125-0.25% от оборота рынка. Оборот розничной торговли продовольственными товарами в Российской Федерации в 2010 г., по данным ФСГС, составил 8 трлн. руб., при этом доля розничных сетей - около 18%. Если считать, что безвозвратные потери общественного благосостояния возникают только в сегменте сетевой торговли, их величина при указанных выше предпосылках находится в интервале 1.8-3.6 млрд. руб. в год.

Однако такая оценка представляется излишне консервативной. Снижение конкуренции между поставщиками и между сетевыми

⁶ Такое предположение опирается, в том числе, на опыт международного сопоставительного анализа эластичности розничного спроса на продукты питания и табак – (-0.493) для России на середину прошлого десятилетия, по данным *International Evidence on Food Consumption Patterns: An Update Using 2005 International Comparison Program Data* By Andrew Muhammad, James L. Seale, Jr., Birgit Meade, and Anita Regmi, Technical Bulletin US Department of Agriculture, No. (TB-1929) 59 pp, March 2011.

ритейлерами неизбежно приведет к снижению конкуренции и в несетевом секторе розничной торговли. Если предположить, что повышение цен в несетевой рознице окажется вдвое ниже, то возникающие в этом сегменте чистые потери благосостояния достигают 4.1-8.2 млрд. руб. в год.

Таким образом, только чистые потери благосостояния от снижения конкуренции в секторе розничной торговли продовольственными товарами составят 5.9-11.8 млрд. руб. в год. Однако необходимо отметить, что эти оценки не учитывают перераспределение благосостояния, происходящее при снижении конкуренции в пользу продавцов за счет покупателей. При указанных выше предпосылках потери покупателей продовольственных товаров составят 47.12-47.16 млрд. руб. в год (для оборота розничной торговли на уровне 2010 года).

Конечно, ни в абсолютном, ни в относительном выражении эти цифры не выглядят устрашающими – чистые потери благосостояния составляют менее 0.02% российского ВВП в 2010 г. И тем не менее – неужели они не заставляют задуматься, следует ли продолжать применять требования, чреватые вот такими потерями, если нет свидетельств выигрышей от их применения хотя бы для каких-то целевых групп?

Литература

Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности. Методическое пособие для предпринимателей. Федеральная антимонопольная служба. [2011]. Интернет-адрес: http://www.fas.gov.ru/clarifications/clarifications_30325.html.

Даугавет Д. [2011]. Рыночная власть сетей: что изменил Закон о торговле. Экономическая политика, № 4, с. 80-95.

Крючкова П.В., Авдашева С.Б. Государственный и частный инфорсмент законодательства: выбор для России. Доклад на семинаре НИУ ВШЭ «Социология рынков», 20 марта 2012 г.

Новиков В. [2009]. Qui prodest? (непредвиденные последствия реализации закона о торговле). Экономическая политика № 4, с. 190–199.

Обзор пищевой промышленности: 2010 год. [2011]. Доклад Ernst & Young. Радаев В. 2012а. Кто выиграл от принятия Закона о торговле (в печати).

Радаев В. [2012b]. Что изменил Закон о торговле: количественный анализ. Экономическая политика. № 1, с. 118-140.

Радаев В.В. [2011]. Кому принадлежит власть на потребительских рынках. М.: НИУ ВШЭ.

Центр исследования рыночной среды. [2005]. Анализ положения крупных торговых сетей на розничном рынке продовольствия Санкт-Петербурга и практики их взаимодействия с предприятиями - поставщиками продовольствия. Интернет-адрес: http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_8797.html.

Шаститко А.Е. [2011]. Ошибки I и II рода в экономических обменах с участием третьей стороны-гаранта. Журнал Новой экономической ассоциации, № 10, с.125-148.

Avdasheva S., Shastitko A. [2011]. Russian Anti-trust Policy: Power of Enforcement versus Quality of Rules. *Post-Communist Economics*, 23 (4), 493-505.

Baker G., Gibbons R., Murphy K. J., [2002]. Relational Contracts and the Theory of the Firm. *Quarterly Journal of Economics*, vol. 117, No 1, pp. 39–83.

Klein, B. and J.D. Wright. [2007]. The Economics of Slotting Contracts. *Journal of Law and Economics*, vol.50, No 3, pp. 421-454.

Neven D., Zenger H. [2008]. Ex-post Evaluation of Enforcement: a Principal-Agent Perspective. *De Economist*, 156.

Wright, J. D. [2007]. Slotting Contracts and Consumer Welfare. *Antitrust Law Journal*, vol. 74, No 2, pp. 439-472.

Summary

S.Avdasheva

On the Preliminary Results of the Law on Trade

The report comments on the results of implementing the law “On the Principles of State Regulation of Trade in the Russian Federation”, accumulated to spring 2012, in light of modern views on interactions between participants in adjacent markets. The available data doesn’t confirm that the implementation of the Law on Trade has led to an increase in total welfare. The same data gives reason to conclude that the implementation of the law was not accompanied by a redistribution of income in the promised direction. The influence of the law on competitiveness, interfirm cooperation and model of law enforcement is discussed.