

А.В. АКИМОВ

Московский
государственный университет
им. М.В. Ломоносова

ОБРАЗОВАНИЕ МОНОПОЛИЙ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКИХ ТРУБНЫХ ЗАВОДОВ В НАЧАЛЕ XX в.

Трубное производство в Российской империи стало активно развиваться с 80-х гг. XIX в., когда появились первые заводы по производству труб на юге страны. С момента своего зарождения и до начала XX в. производство трубной продукции прошло значительную эволюцию в техническом плане, следуя за увеличением требований со стороны потребителей труб. В результате значительного роста потребления сформировались рынок трубной продукции и его основные игроки.

При этом российский рынок трубной продукции в начале XX в., как, впрочем, и многие другие отрасли экономики, имел явные тенденции к монополизации в результате ряда факторов (рис. 1). Основные причины монополизации рынка трубной продукции, представленные на рис. 1, в том или ином виде сводятся к доминирующей роли государства в развитии трубной отрасли, имеющей стратегический характер в силу производства товара для ряда крайне важных производств (котельные трубы для машиностроения, нефтепроводные трубы и т.д.). Так, государственное регулирование трубной отрасли сводилось к следующим факторам: ослабление конкуренции в виде крайне высоких ввозных таможенных пошлин (защитных барьеров) для импортной продукции, масштабная поддержка на внутреннем рынке (фактические субсидии, ограничение на заказы для импортной продукции на внутреннем рынке при строительстве нефтепроводов, заключение договоров на производство труб с еще не действующими заводами и т.д.), явное преобладание государственного заказа над частным потреблением. В результате совместного влияния всех факторов в Российской империи стали формироваться монополии в трубном производстве уже в середине 90-х гг. XIX в., когда возникла первая конвенция между рядом трубных заводов (рис. 2).

Как представлено на рис. 2, образование монополий в трубном производстве прошло фактически три этапа своего развития, характерных как для железных, так и чугунных труб:



Рис. 1. Основные причины формирования монополий в российском трубном производстве в начале XX в.

1) первые попытки образования монополий на фоне развития рынка или определенной стагнации (конец XIX в. — для железных труб и 1903–1904 гг. — для чугунных);

2) непосредственно образование монополистических объединений и их активное функционирование (1902 г. — образование синдиката «Трубопродажа» для продажи железных труб и 1905–1910 гг. — реализация чугунных труб через синдикат «Продамет»);

3) фактическое падение значения монополистического объединения или полное прекращение деятельности (с 1911 г. постепенное ослабление значения синдиката «Трубопродажа» в силу развития новых видов продукции, не включенных в план по совместной реализации, и непродление договора о совместной реализации чугунных труб в рамках «Продамета» в 1910 г.).

Если соотнести этапы развития монополистических объединений в трубном производстве с рыночными тенденциями, то очевидна активная работа в рамках синдикатов на фоне ослабления и спада рынка. И напротив, при развитии рынка и его подъеме переговоры о совместной реализации продукции шли крайне тяжело или были вовсе неэффективны, а достигнутые соглашения теряли свою эффективность.

Таким образом, образование монополий в трубном производстве в начале XX в., несмотря на наличие явных факторов к объединению сбытовых функций и общей торговой политики, находилось в прямой зависимости от рыночной ситуации. Это говорит о стремлении к самостоятельности труб-

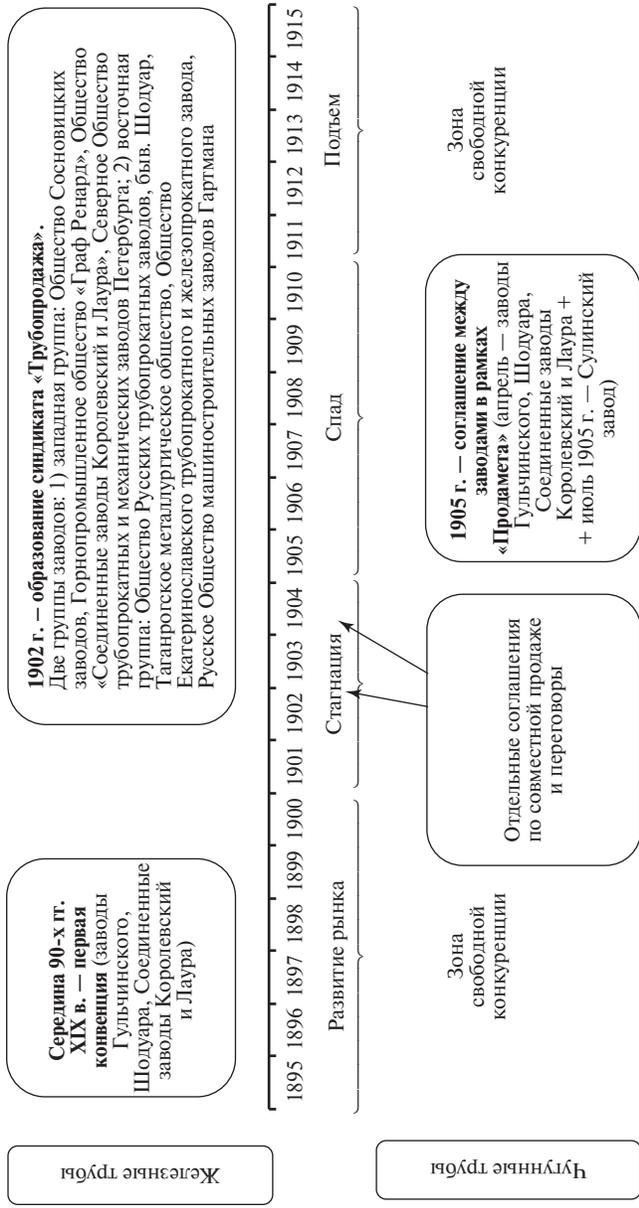


Рис. 2. Этапы формирования монополий в трубном производстве в начале XX в.

ных заводов и возможности идти на уступки и компромиссы с участниками рынка только в условиях растущей конкуренции. Это же подтверждают и особые условия вступления некоторых заводов в синдикаты (например, Никиполь-Мариупольского завода, имеющего преференции по целому сортаменту трубной продукции [Монополии в металлургической промышленности..., 1963, с. 362], или Общества Гартмана, участвующего только в заказах на паровозные трубы [Там же, с. 346]), и исключения из договоренностей ряда видов и типоразмеров трубной продукции [Там же].

Таким образом, отечественные трубные заводы в начале XX в. путем совместной сбытовой политики регулировали цены на свою продукцию в условиях нестабильности рынка. При этом объединения, созданные на фоне благоприятной обстановки, как, например, объединение заводов в конце XIX в., по разным причинам не оказали заметного влияния на рынок и просуществовали крайне недолго [Кафенгауз, 1910, с. 60]. Но в результате деятельности созданного в 1902 г. синдиката «Трубопродажа» цены на трубную продукцию держались на очень высоком уровне, продажа трубной продукции по предоплате или в кредит была сведена к минимуму, а на импортную трубную продукцию также были установлены дополнительные различные платежи [Там же, с. 79]. Но, как уже было сказано выше, в сферу деятельности синдиката не входил ряд трубной продукции, а некоторые заводы сотрудничали с синдикатом по отдельным соглашениям, что давало дополнительные привилегии наиболее крупным участникам рынка. Похожая ситуация сложилась в отношении производителей чугунных труб, реализация которых была сосредоточена в «Продамете». Исключительное право на продажу чугунных труб заключивших с ним соглашение заводов данное общество имело пять лет: с апреля 1905 г. по апрель 1910 г. [ГАБО, ф. 220, оп. 1, д. 65, л. 2]. При этом в общем объеме рынка реализация общества находилась от 25% в 1906 г. и достигла максимума в 1908 г. при 82,4% рынка [РГИА, ф. 1581, оп. 1, д. 36, л. 2; Гливиц, 1911, с. 25]. При этом согласно условиям договора между «Продаметом» и заводами «продажные цены и условия платежа по производимым Обществом для Контрагента, или самим Контрагентом, заказам на таковые назначаются Обществом по усмотрению, в зависимости от положения и состояния рынков сбыта и условий конкуренции...» [Монополии в металлургической промышленности..., 1963, с. 29]. При этом имелась и оговорка о возможности расторжения договора со стороны завода при назначении цены синдикатом без согласия завода ниже 1 руб. за пуд [Там же]. В результате ограничений для синдиката в ценовой политике, снижающих эффективность его деятельности, невысокая доля синдиката на рынке, а также острая ценовая конкуренция со стороны не входящих в синдикат крупных произво-

дителей привели к фактическому распаду синдиката в виде непродления договора в 1910 г. Здесь необходимо отметить, что ценовая конкуренция синдиката с не входящим в него Александровским заводом Брянского общества привела к снижению цен на 20 коп. за пуд продукции — в апреле 1909 г. цена достигал 1 руб. 05 коп. — 1 руб. 10 коп. за пуд [Там же, с. 57], в то время как при образовании синдиката они были повышены с 1 руб. 15 коп. до 1 руб. 25 коп. за пуд [Шполянский, 1953, с. 57].

Помимо уровня конкуренции и себестоимости продукции важнейшим фактором, влияющим на ценовую политику трубных заводов в начале XX в., являлся спрос на продукцию, не зависящий от возможностей синдикатов. Наблюдавшийся в конце 90-х гг. XIX в. и в самом начале XX в. рост производства отечественной металлургической промышленности не соответствовал естественному росту емкости железного рынка. В результате этого наступило перепроизводство товара и последовало падение цен, часто до уровня ниже себестоимости товара [РГИА, ф. 1581, оп. 1, д. 36, л. 1]. К тому же данное перепроизводство в России совпало с мировым экономическим кризисом 1900—1901 гг., что в итоге и подтолкнуло трубные заводы к объединению усилий по преодолению негативных последствий. В первом десятилетии XX в. в зависимости от общеэкономической и политической ситуации цены на трубную продукцию были как ниже себестоимости производства, так и значительно ее превосходили, находясь в длительном периоде роста. Этот процесс был связан с нестабильностью рынка, появлением новых типов продукции, к производству которых заводы не сразу приспосабливались, и их качественных характеристик, изменяющимися внешними условиями и несовершенной конкуренцией, в результате чего наступал некоторый дисбаланс между потребностями рынка и предложением со стороны трубных предприятий. Соответственно синдикат и заводы не могли идти против тенденций рынка, и их ценовая политика в отдельные периоды значительно смягчалась. При этом цены на металлургическую продукцию, в том числе и на трубы, «подвергались значительным и резким колебаниям, отзывавшимся крайне неблагоприятно на интересах потребителей и торговцев» [Там же]. В 1908—1910 гг. цены на трубы последовательно снижались, что объяснялось скорее стремлением производителей увеличить объемы продаж и стимулировать спрос. Ведь в 1905—1907 гг. производство труб в России значительно сократилось в связи с первой российской революцией 1905—1907 гг., а в период восстановления экономики российские потребители не готовы были к ценам, установленным накануне революции, да и стоимость рубля была снижена. Но при восстановлении экономики страны цены на трубы вновь стали подниматься. В 1911 г. цены на чугунные трубы стали стремительно расти (на 72%) и держались на высоком уровне длительное время,

вплоть до Первой мировой войны. В течение Первой мировой войны до начала 1917 г. цена на трубы поднялась практически в 2 раза, что являлось следствием нестабильности рынка и дефицита продукции. В особенности это касалось железных труб, применяемых в нефтяной промышленности.

Таким образом, можно сделать следующие основные выводы по образованию монополий в российском трубном производстве и их влиянию на ценовую политику предприятий:

1) образованию синдикатов способствовал ряд сложившихся факторов, в том числе один из основных — политика государства;

2) несмотря на наличие оснований монополизации, ее причинами стали внешние обстоятельства в виде стагнации или падения рынка (попытки объединения заводов в условиях стабильности не имели особого успеха);

3) синдикаты не в полной мере контролировали сбыт и цены на продукцию ввиду особых условий вхождения в синдикаты ряда заводов, исключения из соглашений части продукции, а также особенностей реализации для некоторых видов товаров;

4) отсутствие в составе синдиката крупных производителей и ограничения на ценовую политику синдиката крайне негативно сказывались на общей рентабельности отрасли и потере эффективности монополии (вплоть до распада синдиката, как в отношении сбыта чугунных труб);

5) важнейшим фактором ценовой политики синдикатов и трубных заводов, заметно превышающим все остальные, являлась динамика спроса на трубы (производители не имели возможности на него влиять). В результате монополистические объединения в российской трубной промышленности в начале XX в. не оказали существенного влияния на ценовую политику в отношении трубной продукции, хотя, конечно же, сдерживали падение цен во время кризисов и при возможности старались их поднять. Но есть серьезные основания предполагать, что в условиях отсутствия совместной сбытовой политики ценовая политика трубных заводов не претерпела бы существенных изменений. При этом синдикаты путем своеобразного регулирования рынка внесли свой вклад в его развитие, способствовав формированию новых направлений развития.

Литература

Бовыкин В.И. Формирование финансового капитала в России. Конец XIX в. — 1908 г. М., 1984.

ГАБО. Ф. 220. Оп. 1. Д. 65. Л. 492.

Гливиц И.П. Железная промышленность России. Экономико-статистический очерк. СПб., 1911.

Зимин Н.П. Хозяйственно-противопожарное водопроводное дело в России как возможный рынок для увеличения потребления русского железа. М., 1903.

Кафенгауз Л.Б. Синдикаты в русской железной промышленности. М., 1910.
Монополии в металлургической промышленности России. 1900–1917. М.: Изд-во АН СССР, 1963.

РГИА. Ф. 32. Оп. 1. Д. 312.

РГИА. Ф. 1581. Оп. 1. Д. 36.

Соколовский Н. Буровые трубы вообще и трубы новой системы, крепление и самотампонаж ими глубоких скважин. Варшава, 1900.

Статистический ежегодник за 1912 г. / под ред. В.И. Шараго. СПб.: Совет съездов представителей промышленности и торговли, 1912–1914.

Статистический ежегодник за 1913 г. / под ред. В.И. Шараго. СПб.: Совет съездов представителей промышленности и торговли, 1912–1914.

Шполянский Д.И. Монополии угольно-металлургической промышленности Юга России в нач. XX в. М.: Изд-во АН СССР, 1953.