

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ: ПРОБЛЕМЫ И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПОДХОДЫ

Основной целью отраслевой политики государства является преодоление провалов рынка и негативных внешних эффектов. Если отрасль является естественной монополией, то фирма получает возможность установления цены выше рыночной и объема предложения ниже оптимального.

Государственная политика в отношении естественных монополий обычно заключается: в ценообразовании на продукцию естественных монополий; ограничении доходности фирмы-естественной монополии; регулировании формы собственности.

Если речь идет о первом способе регулирования естественных монополий, то регулирующие органы (независимо от выбора способа регулирования) будь то установление цены на уровне предельных издержек или той, при которой достигается максимизация потребительского избытка при условии безубыточного производства, сталкиваются с проблемой асимметричности информации относительно уровня издержек фирмы-монополиста. Иными словами, фирма-монополист будет стремиться завышать уровень своих издержек и теряет стимулы к их сокращению. Другая проблема — снижение качества продукции. Для получения дополнительной прибыли естественные монополии могут предлагать товар по ценам, соответствующим более высокому качеству. Кроме того, данный способ регулирования чреват высокими административными издержками, связанными с перераспределением средств через бюджет и, наконец, неравенством распределения доходов, когда выигрывают потребители продукции монополиста, а все остальные находятся в проигрыше.

Установление максимальной нормы доходности приводит к снижению цены и росту продаж. Однако оказывает негативное влияние на инвестиционные решения фирмы. В данном случае повышается заинтересованность фирмы в наращивании выпуска продукции за счет капитальных ресурсов (т.е. происходит избыточное инвестирование).

Неэффективность государственного регулирования деятельности естественных монополий обоснована в работах институционалистов (Коуз, Демсец, Познер). В работах названных авторов содержит-

ся идея внедрения конкуренции на рынок естественной монополии. Идея может быть использована для достижения оптимальности естественных монополий, поскольку давление со стороны конкурентов будет стимулировать эффективное ценообразование. Наиболее проблематичным является определение степени остроты конкуренции. Снижение величины индекса концентрации не может быть самоцелью. Для принятия решения о масштабах конкуренции необходимо сократить сферу деятельности фирмы-монополиста до масштабов, где конкуренция невозможна или нежелательна. Так, в области телекоммуникаций такой сферой остается эксплуатация телефонных сетей. Все остальное (например, предоставление услуг связи) может быть передано на конкурентный рынок.

В отношении конкурентных сегментов наилучшей государственной политикой являются снижение входных барьеров и стимулирование входа новых фирм. Когда вход на рынок открыт, конкуренты приносят новые цены.

Если же структура рынка такова, что единственный продавец может обеспечить весь объем спроса, а следовательно, дерегулирование невозможно, решением, согласно О. Уильямсону, является конкуренция за право входа в отрасль, посредством проведения *ex ante* торгов за право обслуживать рынок (франшизы). В результате можно использовать преимущества естественной монополии (экономии от масштаба). Франчайзинг предоставляет эффективное ограничение деятельности монополиста, поскольку существует угроза разрыва контракта при его невыполнении.

Таким образом, выбор метода регулирования естественной монополии должен основываться на тщательном анализе структуры рынка и самой монопольной отрасли с целью определения сфер возможной конкуренции.

Т.Н. Долинина, канд. экон. наук
БГТУ (Минск)

К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Как известно, основными направлениями обеспечения конкурентоспособности отечественной продукции являются повышение качества продукции и снижение издержек на ее производство. Оптимальным вариантом является одновременная реализация мероприятий по каждому направлению. Вместе с тем повышение качества продукции, являясь приоритетным направлением, чаще всего связано с совершенствованием применяемой техники и технологии