

**МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА
при МПА ЕВРАЗЭС**

На правах рукописи

ЛЫМАРЕНКО

Валерий Михайлович

**«Естественная монополия
и методы ее регулирования»**

доцент, к.м.н.

Лымаренко В.М.

**Санкт-Петербург
2016**

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Естественные монополии и способы их существования	4
1.1 Модель естественной монополии	4
1.2 Сильные и слабые естественные монополии	6
2. Причины необходимости регулирования естественных монополий	7
2.1 Неэффективность распределения ресурсов	7
2.2 Технологический прогресс	10
2.3 Наличие социальных обязательств.....	12
3. Механизмы регулирования деятельности естественных монополий	14
3.1 Задачи процесса контроля и регулирование цен	14
3.2 Механизмы регулирования цен	15
3.3 Ценообразование по Рамсею.....	18
3.4 Максимальный спрос и ценообразование	20
3.5 Стимулирующее регулирование	20
3.6 Конкурентное регулирование	21
3.7 Регулирование и аукцион	23
3.8 Регулирование государственной собственности	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	29
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	30

ВВЕДЕНИЕ

1. Естественные монополии и способы их существования

1.1 Модель естественной монополии

Монополия - исключительное право производства, промысла, торговли и других видов деятельности, принадлежащее одному лицу, определенной группе лиц или государству.

По своей природе монополия - прямая противоположность свободной конкуренции. Именно конкурентный рынок признается многими крупными учеными и политиками как наиболее эффективная организация экономики. Однако, в силу большого числа разнородных социально-экономических факторов, совершенная конкуренция не является естественным состоянием рынков. Более того, функционирование ряда отраслей общественного производства на конкурентной основе невозможно или не эффективно, поэтому естественной для них становится высокая степень монополизации.

Естественная монополия существует в отрасли, где одна фирма может контролировать производство и сбыт товаров или услуг таким образом, чтобы поставлять на рынок уникальный, не имеющий аналогов продукт по самой низкой единице стоимости, чем могут другие фирмы. Связь, электричество и водоснабжение часто приводятся в качестве примеров естественных монополий. Эти отрасли сталкиваются с относительно высокой затратной стоимостью единицы продукции (услуг). Затраты, необходимые для производства даже небольшого количества продукции (услуг) очень высоки. Но так как уже сделаны первоначальные инвестиции, средняя стоимость снижается с каждой единицы продукции (услуг).

Конкуренция в некоторых отраслях экономики считается социально нежелательной, поскольку наличие большого числа фирм приведет к ненужному дублированию основного дорогостоящего оборудования. Классическим примером служит вариант, когда две отдельные компании, централизованно поставляющие водные ресурсы, самостоятельно прокладывают подземные трубопроводы.

В учебниках по экономике можно найти определение естественной монополии тесно связанное с понятием экономии от масштаба производства. Традиционно, очень часто естественная монополия описывается как ситуация, когда одна фирма может реализовать такую эффективность производства, при которой производимый продукт на рынке будет иметь стоимость ниже, чем могут произвести аналогичный продукт другие фирмы с меньшими масштабами производства.

Современный подход к определению естественной монополии был сделан William J. Baumol (1977): в отрасли, где одна фирма может производить продукт и поставлять его на весь рынок по более низкой стоимости за единицу, чем другие фирмы и в которой последние не способны выжить, даже в отсутствие конкуренции со стороны действующего монополиста, такая фирма называется естественной монополией [3].

Концепция прибыльности является точным математическим представлением концепции естественной монополии. Если все потенциально возможные фирмы в производстве допустить к той же технологии, то затраты у естественной монополии будут существенно ниже, чем у других фирм. [1].

Существует тесная связь между объёмом производства и прибыльностью. При производстве продукта фирмой, экономия от объёма производства достаточное, но не обязательное условие естественной монополии. Производственные процессы являются прибыльными, когда они создают экономию от масштаба производства (снижение средних издержек). Прибыльность может быть и не связана с масштабом производства. В многопрофильной организации, например, экономия возможна от разнообразия деятельности.

1.2 Сильные и слабые естественные монополии

Выделяют сильные и слабые естественные монополии (Gegax and Nowotny, 1987). Сильные естественные монополии сосредоточены на уменьшении средних издержек, слабые естественные монополии занимаются увеличением средних затрат, даже если эти расходы не ведут к увеличению прибыльности. В конечном итоге монопольное положение слабых естественных монополий становится неустойчивым и они могут оказаться в ситуации, когда не смогут предотвратить конкурентное преимущество других фирм [7].

Так как затраты связаны с обеспечением потребностей организации, общество может предпочесть рынок, состоящий только из одной фирмы, а не множества фирм, производящих тот же продукт. Таким образом, в случае слабой естественной монополии часто считается желательным, чтобы правительство влияло на рынок такой монополии и регулировало цены.

Графически можно представить (рис. 1), что сильная естественная монополия существует, когда средняя долгосрочная стоимостная кривая одной фирмы по-прежнему уменьшается в точке, где она пересекается с общей кривой рыночного спроса на продукт.

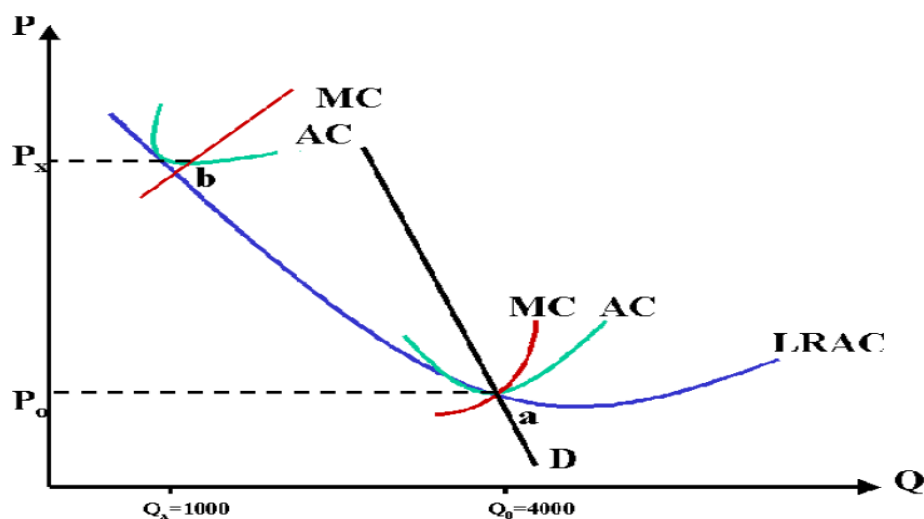


Рис.1 Производство, цена и спрос.

Монополист поставляет продукт на рынок по цене P_0 . Оптимальный

объём производства продукта фирма достигает в точке «а» на чертеже. D линия на рисунке 1 представляет собой кривую спроса

Рыночные условия, изображенные на рисунке 1, дают возможность одной крупной фирме обеспечить весь рынок более дешёвым продуктом, чем предложения от других небольших фирм, каждая из которых будет производить количество товара Q_x , но себестоимость этого товара P_x будет выше.

2. Причины необходимости регулирования естественных монополий

Многие существующие естественные монополии являются предметом различных типов регулирования. В условиях естественной монополии на рынке создаются условия, когда одна фирма удовлетворяет общий спрос на товар. Общественное мнение утверждает, что государство должно вмешиваться в деятельность монополий, что можно считать несовершенством рынка. Необходимость избежать дублирование создания фирм для снижения затрат является оправданием традиционного государственного регулирования.

2.1 Неэффективность распределения ресурсов

В условиях ценовой конкуренции, стоимость товаров равняется предельным издержкам и фирмы работают в конкурентной среде. При создании монополии, действия сложившейся фирмы для максимизации прибыли ведут к более высокой цене продукции (услуг) для потребителей и снижению производства. Это позволяет продавцу сохранять высокую стоимость товаров, который будут приобретаться потребителями. Монополия цены, таким образом, приводит к передаче богатства от потребителей продукта к продавцу. И чем выше цена, по которой монополист пытается максимизировать прибыль, тем большая группа потенциальных

потребителей будет исключена из процесса «товар-деньги», поскольку они не смогут себе позволить продукт по искусственно завышенной цене. Таким образом, существование монополии ведет к классическим случаям возникновения чистых убытков: возникают товарные излишки, которые монополист не может реализовать, а потребители не могут получить. В создавшихся условиях, в результате схемы монопольного ценообразования, потребители вынуждены потреблять более дорогие заменители или менее полезные товары. Ресурсы общества используются на благо существующей монополистической фирмы.

Аргументы негативных последствий существования монополии на экономические благосостояния был и остаётся предметом тяжелых дискуссий. Классическим примером является монопольная аренда, в результате которой арендная плата является результатом искусственного, а не естественного дефицита. Однако, существуют и аргументы, касающиеся случаев естественных монополий, которые оспаривают актуальность предполагаемого неэффективного распределения ресурсов.

Возникает вопрос: действительно необходимо регулировать естественного монополиста?

В 60-х годах прошлого столетия Posner (1969) справедливо отметил, что рыночная власть формируется из стоимости и характеристик спроса на рынке, а не от недобросовестных монополистов или ограничительной практики [2].

Состояние естественной монополии поднимает вопрос о внутренней эффективности, минимизации затрат фирмой, которые можно достичь при естественной монополии.

Может ли монопольная фирма наилучшим образом использовать свои ресурсы, чтобы быть технологичной?

Современные антимонопольные экономисты используют термин «эффективности монополии», чтобы указать, внутренние проблемы, которые возникают, когда фирма приобретает монопольную власть и не имеет больше

возможностей воздействовать на сильных конкурентов, чтобы сохранить свои затраты на конкурентоспособном минимуме. Наиболее часто в качестве примеров приводят корпорации США: General Motors, IBM, American Airlines, корпорации России: Газпром, Роснефть, Аэрофлот. Эти гигантские фирмы, которые когда-то доминировали в промышленности, сейчас оцениваются как жертвы своей собственной неэффективности (Mueller, 1996) [8].

Как правило, на конкурентном рынке фирмы имеют стимулы к сокращению расходов, для того, чтобы получить более высокую прибыль от продажи по той же цене. Сокращение расходов может быть недолговечным в конкурентной ситуации, когда фирмы снижают издержки производства и корректируют свои цены, а прямые их конкуренты, в связи с обеспокоенностью за выживание, обеспечивают фирму на этом рынке сильными стимулами для минимизации расходов. Если фирма не в состоянии предвидеть или учитывать сокращения расходов своих конкурентов, внезапно она может предстать перед фактом, когда на рынке доминируют её конкуренты. В тех случаях, когда не созданы значительные барьеры для входа на рынок, основанием является цена и стоимость товара. Если другие фирмы выйдут на рынок в том же масштабе производства, но будут торговать по более низкой цене - это приведёт к захвату рынка новой фирмой на срок, пока это будет выгодно. Кроме того, можно утверждать, что монопольная фирма имеет преимущества к минимизации своих затрат в целях получения более обширной прибыли. И если реакция новой фирмы на схемы ценообразования будет слабой, это приведёт к риску, что косвенные выгоды будут совсем не долгими.

2.2 Технологический прогресс

Технологические разработки позволяют трансформировать некоторые рынки естественных монополий в более конкурентоспособные. В частности, такие изменения произошли в телекоммуникационной отрасли, где расширение и развитие микроволновой передачи данных и спутниковых технологий привели к замене традиционных кабельных сетей.

Значение технического развития не следует недооценивать. Технологический прогресс способен снижать издержки производства или создавать новые продукты и имеет огромное значение для экономического благосостояния.

Классический аргумент гласит, что монопольное существование фирмы приводит к отсутствию эффективных стимулов содействия техническим изменениям и инвестициям в дорогие программы исследований и разработок. Якобы, монопольное существование фирмы будет препятствовать прогрессу. В силу своего защищенного положения фирма не боится, что конкурент будет продвигать продукцию и способы производства и, следовательно, не будет первооткрывателем чего-либо нового. Исследования доказывают, что введение новых технологий в монопольных фирмах подтверждают эту теорию – в качестве примера можно привести длительный срок службы оборудования в телефонной промышленности. Такое часто случается, независимо от того, монопольная фирма является государственной или частной. Ряд наблюдений показывает, что фирмы с небольшими доходами несут ответственность за большинство крупных инноваций.

Существуют сильные основания предполагать, что традиционные утверждения относительно отсутствия инноваций у монопольной фирмы являются верными. Даже если учитывать, что монопольная фирма не будет вводить новые продукты, если стоимость нового продукта не меньше, чем предельная стоимость старого продукта, нет никаких причин говорить, что

она не ощущает конкуренцию других фирм.

Кроме того, важным моментом является то, что не только монополист может развивать свои технологии. И другие фирмы могут проводить исследования и развитие своих технологий. Это приводит к тому, что нынешняя монополия фирма чувствует давление и старается вовремя выделить средства на инновации, в целях защиты своей позиции.

В условиях нерегулируемого рынка со свободным входом, успешные исследования в области методов производства могут серьезно угрожать позиции естественного монополиста. Хотя естественный монополист менее обеспокоен своим выживанием, возможная угроза введения новых технологий на рынки обеспечивает монополия фирмы сильным стимулом для предвидения развития таких событий через «Research & Development» и предвидением дополнительных расходов.

Ряд авторов утверждает, что существует баланс между инновациями и рыночной властью. Монополия фирма будет стремиться к изменениям, благодаря свободному доступу к капиталу, способности объединять риски и экономить на масштабе производства в поддержании «Research & Development» лаборатории для продвижения промышленной технологии. [6].

2.3 Наличие социальных обязательств

В связи с социальными обязательствами, правительство чувствует необходимость обеспечения предоставления определенных товаров или услуг для некоторых потребителей по цене ниже, чем их себестоимость. Например, довольно часто, правительство требует предоставление универсальных услуг потребителям телефонных компаний. Предоставление минимальных услуг телефонии по разумным ценам, даже в малых и удаленных районах, где малый масштаб работы может привести к очень высокой себестоимости, часто приводит к возникновению потерь.

Предоставление таких услуг часто финансируются путем получения более высоких прибылей на продаже других продуктов и услуг этого монополиста. Путём перекрестного субсидирования, когда разница между ценой, предложенной целевым потребителям и стоимостью поставки, финансируются из сумм уплаченных другими потребителями или, в многопрофильной фирме, от покупок, сделанных за другие товары или услуги.

В случае, когда фирмы, обремененные обслуживанием каких-либо обязательств, не защищены от ценовой конкуренции и свободного входа конкурентов, они не могут поддерживать свои позиции на рынке и потенциальные конкуренты могут занять эти сегменты рынка, предоставляя товар по ценам значительно ниже. Получение сверхприбыли такими фирмами происходит в том случае, когда поставщик концентрируется только на тех участках рынка, где затраты на поставку самые низкие, например, из-за географического положения.

Регуляция правительством фирм на таком рынке, с социальными обязательствами, может привести к губительной ситуации, когда конкуренты могут захватить этот недорогой, но высокорентабельный сегмент рынка, который имеет решающее значение для возмещения убытков, сделанных на рынке с высокой себестоимостью.

В качестве примера можно привести почтовую службу. Без законодательной защиты, равномерной схемы ценообразования, в соответствии с которой почтовая служба устанавливает цену, обеспечивая доставку письма в любую точку страны, независимо от расстояния и специфических трудностей, она может лишиться своих самых прибыльных маршрутов.

Практика перекрестного субсидирования, когда компания, которая поставляет более чем один продукт и использует доходы от продукта А, чтобы восстановить часть затраты на продукт В, показывает экономическую неэффективность. Поэтому преимущества от экономики совместного производства, приносятся в жертву. В большинстве случаев иметь потребителей продукта «А» было бы лучше, если бы эти продукты производились и оценивались отдельно. В то время как клиентам хорошего продукта «В» были предложены рентабельные цены.

Перекрестное субсидирование убыточных услуг за счет выгодного налогообложения ведет к размещению ограниченных ресурсов по направлениям их конечного использования, в результате чего производится тот набор товаров и услуг, который худшим образом соответствует структуре потребительского спроса (Brennan, 1991) [7].

3. Механизмы регулирования деятельности естественных монополий

3.1 Задачи процесса контроля и регулирование цен

С точки зрения общественного интереса, процесс контроля цен должен позволить установить регуляторы цены на уровне, который вызывает эффективность как производства, так и потребления.

На рисунке 2 представлена схема возможного государственного регулирования, гарантирующего, что фирмы-монополисты будут работать эффективно и удовлетворять потребительский спрос населения.

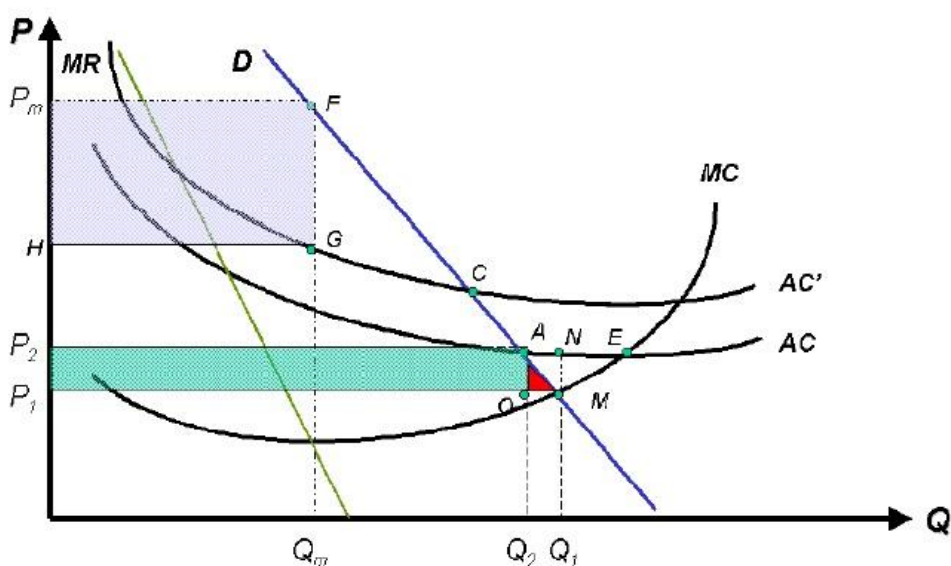


Рис. 2 Прибыль монополиста в зависимости от цены и объема производства.

Без регулирования, небольшой объем производства Q_m (рисунке 2) и спрос, который определяет рыночную цену P_m дают собой максимальную прибыль F монополисту. Монопольная фирма получает прибыль в пределах площади прямоугольника P_mFGH . Но для общества требуется другое соотношение цены и это возможно достичь при показателях количество-цена: P_1 , Q_1 . Другими словами, регулирующие органы должны установить цену P_1 (предельных издержек) для того, чтобы максимизировать экономическое благополучие. По цене P_1 потребители будут покупать

количество товара Q_1 , до тех пор, пока интервал NQ_1 до кривой, будет соответствовать интервалу NM . Как только он станет выше M - это приведет к общей отрицательной экономической прибыли, которая на рисунке 2 показана областью прямоугольника P_1P_2AM . При таких созданных условиях, в долгосрочной перспективе, монопольная фирма уйдёт с рынка, если её товар или услуги, предоставляемые населению будут единственным способом сохранять монополию фирмы в бизнесе и обеспечиваемые государственными субсидиями в размере P_1P_2AM .

3.2 Механизмы регулирования цен

Политические проблемы, связанные с поддержкой монополиста, реализация этой поддержки и финансирование, а также трудности при определении спроса и интервала MC на шкале спроса D , привели к использованию в практике средней цены стоимости. На рисунке 2 это цена P_2 , определяемая как соотношение спроса в долгосрочной перспективе на AC кривой. Использование в ценообразовании средней стоимости товара объёма Q_2 , лучше, чем в случае нерегулируемого монопольного производства Q_m . Кроме того, при этом устраняется дефицит товара, который возникает при ограниченном его выпуске нерегулируемой монополии. Увеличение производства с Q_m до Q_2 обеспечивает преимущества для потребителей, это лучше, чем их дополнительные расходы.

С другой стороны, средняя стоимость ценообразования не может считать удовлетворяющей полностью и население и монополиста. При средней стоимости цены, когда объём производства равен Q_2 , убытки монополиста создаются средними издержками (интервал AC прямой) на прямой предельных издержек (интервал MC прямой). Графически, треугольник AMO на рисунке 2 представляет собой косвенные потери дохода монополиста.

В случае быстрого возврата средств при политике регулирования,

монополист сосредоточивается на доходности инвестированного в производство капитала (бухгалтерская прибыль) и получает справедливую норму прибыли. Финансовое регулирование монопольных фирм для получения ими средств, состоящих из ежегодных расходов и разумной прибыли для капитальных вложений, так называемый «справедливой» доходности, было создано в США американскими судами и регулирующими органами в целях удовлетворения конституционных требований общества устанавливать цены на «справедливом и разумном» уровне. Это может быть представлено формулой как $E+(R \times RB)$, где E представляет собой ежегодные расходы фирмы, R - множитель, представляющий справедливую норму прибыли, а RB - скорость (включает значение капитальных вложений).

Если получена прибыль выше, чем та, что считается нормальным возмещением, то цена должна быть выше средней стоимости. Методом проб и ошибок маркетологи пытаются найти ту цену, где прибыль является нормальным возмещением, например, где цена равна средней стоимости.

Регуляция справедливого уровня доходности монополиста создает различные экономические проблемы, которые должны быть приняты во внимание. Постоянные расходы на аудит, на оценку ресурсов и капитала являются значительными. Особенно сложно определить параметр R , который должен отражать уровень доходности, удовлетворяющий привлечение инвестиций. Обращая внимание на другие «сопоставимые» отрасли производства или применяя модели оценки капитальных активов, где оцениваются полученные доходы от внесённых инвесторами инвестиций, становится ясно, что это несовершенные методы определения доходности и потенциальные инвесторы будут требовать регуляции этой отрасли экономики.

Негативное воздействие на стимулы, которые возникают при применении стандартных подходов правительственной политики на возмещение расходов, являются еще более проблематичными.

Регулируемая таким образом монопольная фирма стремится завышать

свои показатели капитальных затрат, так как более высокие затраты означают большее возмещение расходов (Baron and Taggart, 1977) [2].

Если Правительство устанавливает справедливую норму прибыли, которая выше стоимости капитала фирмы, то регулируемая таким образом фирма использует больше капитала, чем если бы этот процесс не регулировался. Таким образом, фирма может использовать неэффективные высокие финансовые или трудовые отношения для своего производства. Кроме того, средняя стоимость цены снижает стимул монополиста к минимизации издержек. Рисунок 2 иллюстрирует некоторые из последствий такого поведения. Инфляция издержек смещает фактическую АС кривую к $АС'$. При цене P_2 происходят значительные потери доходности, поэтому регуляторы советуют увеличить цену, чтобы покрыть более высокие затраты (точка С).

При фактической работе монопольной фирмы, скорость возвращения вложенных средств сопряжено со сложностями и такие схемы регулирования зачастую могут приводить к задержкам в реакциях монополистов на изменения затрат и других рыночных условий. Со временем расходы уменьшаются и создается период, когда фирмы имеют возможность пользоваться уровнями доходности больше, чем те, которые считаются «справедливыми». Некоторые учёные утверждают, что от этого общество имеет пользу: монополист будет, по крайней мере временно, обеспечивать себя прибылью при более низких затратах не повышая цен (Baumol, 1967; Williamson, 1971; Bailey, 1973). [2]. Тем не менее, если учитывать затраты которые уже были сделаны, например, из-за факторов, внешних по отношению к регулируемой фирме, возникает обратный эффект: фирма будет нести расходы, которые не были предусмотрены регулятором (Правительством).

Поскольку нормы прибыли ограничены, менеджеры фирмы сталкиваются с ситуацией, когда необходимо выбирать между предоставлением самому себе всех удобств и высоких зарплат или

повышением прибыли фирмы.

Воспользуются они этой ситуацией или нет, в значительной степени зависит от внешнего воздействия надежных государственных органов, которые в оценку деятельности фирм включают значительные расходы на мониторинг ситуации.

3.3 Ценообразование по Рамсею

Представляя потребителям завышенные цены относительно того, что потребитель готов платить, хотя затраты на производство и поставку товаров или услуг остаются теми же самыми, демонстрируется эффективность распределения. С помощью этой технологии, называемой правилом Рамсея или ценообразованием по Рамсею определяют, на каких условиях надо установить цены, превышающие предельные затраты и обеспечивающие безубыточность естественной монополии, производящей несколько видов продукции (услуг) в целом, чтобы потери в экономической эффективности были минимальными. И информация о ценовой эластичности на различные товары должны обеспечивать эффективное установление цен (чем выше эластичность цены, тем более она соответствует предельной стоимости товара). Часто можно слышать возражение: такая схема ценообразования предполагает передачу богатства от потребителей (потребительского излишка) собственнику монополиста. Кроме того, сверхвысокая цена товара часто называется хищнической и приводит к ситуации, когда конкуренция может вытеснить монопольную фирму с рынка.

Классический анализ ценовой дискриминации были изложен Pigou (1920) [7]. Было сделано разграничение между тремя степенями дискриминации. Первая степень включает в себя различный набор цен на каждую единицу приобретенного товара, таким образом, что практически весь произведённый товар приобрёл потребитель. Этот механизм ценообразования может быть эффективным, поскольку решения о цене

товара принимаются, на основании предельной себестоимости этого товара и возникают распределительные основания: товар передаётся потребителю от производителя, а доход отсутствует.

Вторая степень ценовая дискриминация состоит из формирования цены в соответствии с готовностью населения платить, где все то, что соответствует цене спроса выше определенного уровня - реализуется по одной цене, а то, что соответствует более низкой цене спроса – реализуется по более низкой цене.

Ценовая дискриминация третьей степени имеет место, когда потребители разделены на отдельные группы и каждая группа получает свою монопольную цену.

Этот метод сильно зависит от возможности продавцом выявлять группы покупателей в каждом конкретном случае, для того, чтобы изменяться в зависимости от обстоятельства рынка.

В качестве примера можно привести связь и энергетику. Различие между индивидуальными и коммерческими клиентами, которые получают услуги по разным ценам (Hollas and Friedland, 1980; Primeaux and Nelson, 1980; Naughton, 1986; Eckel, 1987) [7]. Иногда, дифференциация потребителей, по их готовности платить может быть достигнута путем наложения обязательств на потребителей.

В условиях неопределенности спроса, когда цены должны быть установлены до возникновения спроса, особых различий нет, например при раннем бронировании авиабилетов отдельными потребителями.

3.4 Максимальный спрос и ценообразование

Спрос определяется периодическим циклом, в течение которого он может быть высоким в определенные времена и низким в другое. Ценообразование при пиковом спросе определяется максимальной доходностью. Как правило, предельный спрос поднимает цены и позволяет фирмам осуществлять выпуск продукции (услуг) с высокой себестоимостью. Затем спрос снижается и фирмы устанавливают более эффективное использование своих возможностей (Crew, Fernando and Kleindorfer, 1995) [1].

Максимальное ценообразование в периоды пикового спроса препятствует использованию и сохранению дорогостоящих ресурсов, в то время как более низкие цены, когда спрос низкий, ведут к использованию мощностей, которые в противном случае остались бы без дела.

3.5 Стимулирующее регулирование

Многие из проблем, возникающих из моделей ценообразования, такие как модель Averch-Johnson, взяли свое начало в условиях, когда отсутствовали стимулы для работы на минимальных уровнях затрат. Мотивация регулирования стимула возникла при необходимости обеспечить фирму оптимальной мотивацией при поведении в отношении общества.

Требование, чтобы фирма увеличивала цены каждый год в течение определенного периода не более, чем индекс розничных цен (RPI) за вычетом непредвиденных факторов (X), является потенциальной экономической эффективностью, верхним пределом цены для фирмы. Регулирование цен ведёт к справедливым формам существования как монополистов, так и население, обеспечивая снижение социальной напряжённости и сохраняя эффективность производства при небольших административных расходах (Littlechild and Beesley, 1992) [8].

Описанная модель требует меньше информации от фирм для регулирующих органов, которые бы не только делали эту форму существования дешевле, но и уменьшали проблемы, связанные с установлением норм прибыли.

Неэффективность производства и расходов монополистов были хорошо исследованы на протяжении многих лет. Многие ученые фиксировали недостатки монополистов и повышенный общественный интерес к регулированию цен, а также искали альтернативу, которая бы нашла решение проблемы нормативного подхода к регулированию. Теория захвата, которая утверждает, что производители являются победителями в большинстве случаев спора, стала основной (Jordan, 1972) [2]. Это, в свою очередь, породило новые, привлекательные теории, в которых подход к решению проблемы должен иметь оптимальности индуцирования без регулирования, даже на рынках с одним собственником. Конкурс среди многочисленных фирм, которые могли бы производить, может быть использован для достижения оптимальности в условиях естественной монополии. Давление потенциальных производителей приводит к эффективным решениям ценообразования на рынке.

3.6 Конкурентное регулирование

Основываясь на идеях Demsetz's (1968) об угрозе потенциальной конкуренции как дисциплинарного механизма, теория конкурентных рынков была дальше развита в работах Willig, Baumol, Panzar и Willig. На рынке, где вход и выход абсолютно свободен, существующая конкуренция сдерживает цены и направляет их вниз, чтобы снизить себестоимость товара. Когда потенциальные конкуренты оказывают сильное давление на действующую монопольную фирму, последняя будет осуществлять изменения в схемах ценообразования приближая цену товара к его себестоимости. Фирма-монополист в условиях конкуренции рынка не смогут получить достаточную

прибыль от ценообразования, которое превышает нормальную прибыль, связанную с конкурентными условиями. В противном случае другие фирмы будут выходить на рынок в тех же масштабах производства, но продавая товар по более низкой цене, они будут держать весь рынок так долго, сколько это может быть им выгодно. Практика показывает, что когда вход на рынок свободный, новые фирмы будут выходить на него в соответствии с правилом Рамсея - с ценами ниже, чем у естественного монополиста. Таким образом, когда условия рынка не позволяют существование только одной фирмы, чтобы обеспечить общую потребность, конкуренция приведёт к выбору: какая фирма будет доминировать на рынке [7].

Состязательность рынка будет оказывать регулирующее давление, так как без регулирования монополии невозможна эффективность цен. Вместо этого, с учетом этой теории, при определении надлежащей формы регулирования, правительство принимает сдерживающие меры, которые препятствуют потенциальным возможностям участия и создания условий, способствующих конкуренции. Другими словами, регулирующие органы поощряют, а не препятствуют созданию естественной монополии рынка.

Тем не менее, рыночные условия требуют создания конкурентных условий и отсутствие каких-либо существенных барьеров для входа на рынок. В лучших конкурентных рынках фирмы не несут никаких затрат по свободному вхождению, что также не выгодно действующему естественному монополисту, так как у предпринимателей не возникает никаких недостатков в отношении этого монополиста. Предполагается наличие возможности для фирм свободного выхода с рынка при возмещении всех расходов, понесенных на входе, минус амортизация. Потенциальные участники должны иметь доступ к одинаково эффективным технологиям производства, таким же как и в действующей фирме. Действующая фирма не должна иметь возможность мгновенного регулирования цены, когда сталкивается с проблемой вступления на рынок.

В теории, состязательность рынка, безусловно, имеет преимущества.

Среди учёных по-прежнему сохраняется уверенность в том, что идеально конкурентные рынки действительно существуют. Предположение, что новая потенциальная фирма на рынке может вытеснить монопольную фирму редко встречается в реальной экономической жизни (Waterson, 1988). Кроме того, невозвратные затраты, разница между вложенными средствами и прибылью, которая может быть спрогнозирована уже на ранней стадии, ведёт к удержанию фирм для входа на рынок (Eaton and Lipsey, 1978; Spence, 1977, 1980; Dixit, 1980). Кривая затрат, отражающая большие невозвратные расходы, уже понесённых действующей фирмой приводит потенциальных соискателей рынка в заведомо худшее положение. (Bailey and Panzar, 1981) [7].

3.7 Регулирование и аукцион

До 1968 года, регулирование естественной монополии широко не применялось. Регулирование, где правительство может позволить соперничающим конкурентам участвовать в торгах на эксклюзивное право поставки товаров или услуг, было невостребованным. Монопольное ценообразование отсутствовало, так как конкуренция утвердилась на стадии торгов. Другими словами, конкуренция как барьер является достаточной, чтобы снизить цену ниже, чем при наличии максимальной монопольной прибыли. Таким образом, монопольная структура не обязательно приводит к монополии поведения.

Успешные на основе состязательности торги, с точки зрения цены и предлагаемых услуг, устраняет необходимость регулирования отношений (Chadwick, 1859).

В некоторых случаях, правительство может найти целесообразным, особенно в случае естественной монополии, ограничить число фирм, действующих на определенном рынке. Торги относятся к свободному и открытому праву поставлять товар на рынок, где регулятор сообщает, что он

будет принимать заявки от всех фирм, которые готовы предоставить товары. Каждая заявка состоит из цены, которая фирма согласится предоставить потребителям. В процессе торгов, цена в конечном итоге будет снижаться до такого уровня, по которой фирма получает нулевую прибыль. Проигравшая фирма при повторном процессе будет делать выбор между нулевой прибылью или проигрыше на аукционе, между небольшой прибылью, но её наличием и представит на торгах минимально низкую цену. Даже в случае, когда ставка будет указана сразу, каждая фирма поймет, что это шанс получить минимальную экономическую прибыль, чем не получить ничего. (Isaac and Smith, 1984, 1984; Zupan, 1989) [8].

Эту форму торгов следует отличать от аукционов, где государство действуя как монополист пытается достичь высоких цен, вместо того чтобы действовать в качестве агента потребителя (Posner, 1972; Waterson, 1988). В этот момент должна быть сделана ссылка на условия стимулирующего контракта, где победитель становится связан с желаемым государству обременением (McAffee and McMillan, 1987; also Riordan and Sappington, 1987) [1].

Теория торгов гласит, что наилучшая цена может быть только в том случае, когда количество участников максимально, поэтому получение экономического благоприятствования для монополии вне конкуренции имеет свои трудности.

Победитель торгов – фирма монополия не всегда выполняет Договор на поставку, как обещала. Расходы на дополнительные обязательства по контракту бывают очень значительные и первоначально могут не приниматься во внимание. Правительственные контракты часто выигрывают монополисты на условиях, которые не могут быть удовлетворены другими фирмами. Основная причина заключается в том, что услуги являются сложными, и все случайности не могут быть ожидаемыми в полном объеме на этапе составления контрактов. Когда фирма получает контракт на определенный период времени с эксклюзивной ценой, поглощаясь

производственными процессами и контролем над ресурсами, она на последующих торгах будет неравной с другими фирмами. Следует отметить, что с течением времени затраты и изменение спроса приводит к тому, что цена фиксированная в договоре не может быть оптимальной в отдалённый период. Договорные условия, которые определяют движение цен в случае их изменения, требуют информацию от правительства, которое этим просто не располагает. Другой проблемой непредвиденных расходов является осуществление процедур, с помощью которых периодически пересматриваются цены, например, из технического прогресса.

Loeb and Magat (1979) предложили институциональный механизм, состоящий из смешивания регулирования и франчайзинга, что ведёт к устранению проблемы, связанные с ними обоими. В качестве альтернативы на возврат затрат, связанных с регулированием, они предложили децентрализованную систему, в которой монополист выбирает собственные цены, а регулирующий орган субсидирует монополиста базовой ставкой равной потребительскому излишку в выбранной цене. Классическое определение, что доходы, чтобы обеспечить субсидии должны быть собраны в другом месте и что любая политика субсидирования приносит неэффективное распределение ресурсов, в данном случае не работает. Введение продажи франшизы, которая уменьшает чистую субсидию или, альтернативно, наложение налога на полезности (например на недра) регулирующим органом, возвращает часть субсидии. Sharkey (1979) утверждает, что такая политика может иметь место, если существуют условия, при которых чистая субсидии выплачиваются монополисту в малом объёме [1].

Помимо несовершенства регулирующих органов и больших расходах, связанных с политическими манипуляциями, данная схема Loeb and Magat ведёт к низкому качеству обслуживания, так как не зависит от цены. Тем не менее, в качестве альтернативы схема Loeb and Magat имеет преимущество в том, что регулирующему органу не нужно получать или проверять

информацию о затратах монополиста, что является большой её заслугой (Sharkey, 1979). Проведённые экспериментальные исследования показали надёжность и перспективность схемы Loeb and Magat в условиях конкуренции рынка, особенно в современных условиях (Harrison, 1987) [2].

3.8 Регулирование государственной собственности

Другой возможной альтернативой является регулирование государственной собственности предприятия, оказывающего услуги в условиях естественной монополии. Хотя считается, что регулирование государственной собственности является неэффективной процедурой, его характеристики отличаются от широкого спектра традиционных регуляторных процессов (Ogus, 1994). Вместо того, чтобы иметь монополию частной собственности с получением прибыли акционерами одного предприятия, можно создать в государственной собственности предприятия с меньшими волнениями о прибыли. Отсутствие стремления к получению максимальной прибыли на государственном предприятии является полезным, так как позволяет публично привлечь внимание к нефинансовым целям или распределительным целям (на различные возможные нужды государства). Институциональные рамки общественного владения будут обеспечивать возможность определять цены в общественных интересах и стандартах.

Это позволяет уравнивание цен с предельными издержками, чтобы избежать монопольную прибыль и так далее.

Полвека назад, фирмы с государственной собственностью считались ключом к решению проблемы несовершенства рынка, таких как естественные монополии. Но из-за неудачной конкуренции, успехами регулирования в США во время Великой Депрессии, очевидном успехе советской индустриализации и непонимания последствий политического контроля над фирмами, государство взяло контроль над значительными долями производство в экономике многих стран.

В последнее время, вновь возродилась вера в рыночный процесс индуцированный правительством в странах с рыночной экономикой во всем мире, чтобы приватизировать большинство государственного сектора, в том числе стратегические, такие как сталь, энергия и телекоммуникации.

Отсутствие стимула получения прибыли в институциональных рамках государственной собственности приводит к высоким ценам для потребителя. На государственном предприятии, где отсутствуют коммерческие интересы акционеров, которые подчеркивают личные интересы и применяется неэффективная работа не заинтересованных управленцев, эффективность производства не гарантируется (Spann, 1977; Williamson, 1987). Когда активы государственной собственности находятся в руках государственного менеджера, он имеет относительно слабые стимулы для сокращения расходов и повышения качества товара или для инноваций, потому что он получает не всю прибыль, а только часть её, в отличие от собственника фирмы. [7].

В частных корпорациях, возможность акционеров или управленцев продать свой голос создает стимулы для управления, чтобы служить интересам владельца.

Установленная естественная монополия станет основным источником информации о возможностях производства. Монополия не будет страдать, как конкурентная фирма, от того, что регуляторы не могут оценить свои ошибки и прощает их. Регулирующие органы, дистанцируясь от производства, могут получить трудные времена, в связи со сложностями в отрасли. Регуляторы не могут оценить все решения и использование неэффективных технологий может продолжаться в течение многих лет (Sherman, 1989) [2].

Остается открытым вопрос, какие цели производства могут заменить стимул прибыли? Введение смутных целей часто приводит к искажению отчетности, которое накладывает риск неэффективных результатов. Отсутствие стимула прибыли не гарантирует отсутствие монопольных цен,

они остаются возможными, например, чтобы сделать жизнь легче менеджерам, и т. п. Развитие государственного предприятия часто сдерживается его бюджетом. Разница между общим доходом и общими затратами при отсутствии сильных ограничений минимальны. Общие расходы равны выручке. Для того, чтобы избежать этого для государственных предприятий вводятся правила ценообразования.

Находящиеся в государственной форме собственности предприятия имеют ограничения, такие как ограничение бюджета, ограничение управленческой свободы действий. Это всё исключает поиск различных целей, таких как максимизации бюджета (Niskanen, 1971; Crew and Kleindorfer, 1979)), максимизации выручки (Baumol, 1976) и максимизация общего объема производства [2].

Важностью инноваций в рыночной экономике нельзя пренебрегать. Правительство, регулирующее работу государственных компаний как правило, бедно новаторством. Разработка и утверждение новых технологий в области телекоммуникаций, которые произошли вскоре после того как была организована приватизация телефонных компаний в США, может служить в качестве примера преимущества частной собственности (Winston, 1998). В отраслях, где инновации имеют решающее значение, необходимо предоставление государственной поддержки (Шлейфер, 1998) [2].

Технологические изменения часто имеют огромное влияние на структуры затрат и приводят естественны монополии к более конкурентной обстановке на рынке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аткинсон Э.Б., Стиглиц Д.Э. Лекции по экономической теории государственного сектора. Учебник, пер. с англ. под ред. Л. Л. Любимова – М.: Аспект-пресс, 1995. – 336с.
2. Лайм Фэй, Роббер Ранделл. Курс МВА по стратегическому менеджменту. / Перевод с английского – М.: Алькина Бизнес Букс, 2006. – 336с.
3. Baumol, William J., Panzar, J. and Willig Robert (2002), Contestable Markets and the Theory of Industry Structure, New York, Harcourt Brace, 2002 – 431p.
4. Burgelman, R.A., & Sayles, L.R. Inside Corporate Innovation: Strategy, Structure, and Managerial Skills. New York, NY: The Free Press 1986 – 224p.
5. Crew, Michael A. (ed), Deregulation and Diversification of Utilities, Dordrecht, Kluwer, 1989 – 206p.
6. Gort, Michael and Wall, Richard A., Foresight and Public Utility Regulation, № 96 Journal of Political Economy, 1988 – 177-188p.
7. Logan, John W., Masson, Robert T. and Reynolds, Robert J., Efficient Regulation with Little Information: Reality in the Limit?', № 30 International Economic Review, 1989 - 851-861p.
8. Scherer, F.M., Innovation and Growth: Schumpeterian Perspectives, Cambridge, MA, MIT Press., 2005 – 677p.