

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕ СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Н.Т. УРМАНОВ

**РЕГУЛИРОВАНИЕ
ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ**

Учебное пособие

ТАШКЕНТ – «IQTISODIYOT» – 2019

УДК: 338.4.021.8(470+571)

ББК: 65.290.32(2) Т 65

Урманов Н.Т. Регулирование естественной монополии. Учебное пособие. – Т.: «IQTISODIYOT», 2019. - 124с.

Учебное пособие составлено на основе требований к знаниям и умениям слушателей, установленных в соответствии с методическими рекомендациями по организации обучения специалистов в узбекских образовательных учреждениях и разработке образовательных программ для реализации в рамках Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Республики Узбекистан в 2019/2020 учебном году. В пособии раскрываются понятие монопольное регулирование, сущность, содержание и место монопольных регулирований в стратегии экономического развития Узбекистана. Особое внимание уделяется проблемам, существующим в области монопольного регулирования, и путям их решения. Рассматриваются управление и бизнес-инжиниринг в системе монопольного регулирования, также понятия и сущность монопольных конфликтов, в том числе с участием государства, управление рисками и монопольный контроль, особенности функционирования системы монопольных отношений в холдинговых структурах.

Бурный рост монополий начался с развитием крупного машинного производства в конце XIX в. Появилась возможность снижения затрат при укрупнении производственных единиц (фабрик и заводов). Когда в отрасли оставалось небольшое количество крупных производителей, между ними могла разыгрываться сильная конкуренция, которая оказывалась невыгодна. Чтобы избежать этой конкуренции предприниматели организовывали различные "общества", которые по сути являлись монополистическими объединениями.

Узбекистан не был исключением в этом процессе монополизации промышленности, хотя развитие монополистических объединений началось несколько позже и иногда инициировалось иностранными партнерами узбекских фирм.

The training manual was compiled on the basis of the requirements for knowledge and skills of students, established in accordance with the guidelines for the organization of training of specialists in Uzbek educational institutions and the development of educational programs for implementation in the framework of the State plan for training managerial personnel for organizations of the national economy of the Republic of Uzbekistan in the 2019/2020 academic year. The manual reveals the concept of monopoly regulation, the nature, content and place of monopoly regulation in the strategy of economic development of Uzbekistan. Particular attention is paid to the problems existing in the field of monopoly regulation, and ways to solve them. Management and business engineering in the system of monopoly regulation are examined, as well as the concepts and essence of monopoly conflicts, including with the participation of the state, risk management and monopoly control, the features of the functioning of the system of monopoly relations in holding structures.

The rapid growth of monopolies began with the development of large-scale machine production at the end of the 19th century. There was an opportunity to reduce costs when enlarging production units (factories and plants). When a small number of large manufacturers remained in the industry, strong competition could be played between them, which turned out to be unprofitable. To avoid this competition, entrepreneurs organized various "societies", which in essence were monopolistic associations.

Uzbekistan was no exception in this process of monopolization of industry, although the development of monopolistic associations began somewhat later and was sometimes initiated by foreign partners of Uzbek firms.

ISBN 978-9943-6004-8-5

УДК: 338.4.021.8(470+571)

ББК: 65.290.32(2) Т 65

© «IQTISODIYOT», 2019.

© Урманов Н.Т., 2019.

Содержание

Введение	7
Глава 1. СУЩНОСТЬ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ»	9
1.1. Сущность естественной монополии	9
1.2. Причины возникновения естественной монополии	15
Глава 2. ЦЕННОСТЬ И ДЕМОКРАТИЯ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ	22
2.1. Ценность естественной монополии с точки зрения общества	22
2.2. Демократия в естественной монополии	25
Глава 3. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ РЕГУЛИРУЮЩИЕ ЕСТЕСТВЕННУЮ МОНОПОЛИЮ	27
3.1. Функций государственных органов управления естественной монополии	27
3.2. Методы регулирования естественной монополий	29
3.3. Регулирование дел о нарушении законодательства о естественных монополиях	35
Глава 4. ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЦЕНОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ	40
4.1. Ценовые методы регулирования естественных монополий	40
4.2. Принципы регулирования ценообразования	46
Глава 5. ПОРЯДОК ВЕДЕНИЯ И СОСТАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕЕСТРА ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ	51
5.1. Сущность реестра естественных монополий	51
5.2. Электронный реестр субъектов естественных монополий	56
Глава 6. КЛАССИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ	59
6.1. Классификация товаров естественной монополии	59
6.2. Формы экономических монополий	64
Глава 7. РАЗВИТИЯ ЗДОРОВОЙ КОНКУРЕНЦИЙ В УСЛОВИЯХ СНИЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДОЛИ	65
7.1. Значение снижения государственной доли в предприятиях	65
7.2. Пути снижения государственной доли в отраслях экономики	69
Глава 8. ВЛИЯНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ НА КОНКУРЕНТНУЮ СРЕДУ	72
8.1. Значение конкурентной среды	72
8.2. Конкурентная политика государства	74

Глава 9. РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ТОВАРОВ	79
9.1. Сущность и классификация стратегических товаров	79
9.2. Стратегия и тактика проведения товарной политики	80
Глава 10. РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕНДЕРНЫХ И БИРЖЕВЫХ ОПЕРАЦИЙ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ	86
10.1. Сущность тендерных операций	86
10.2. Биржевые операции естественной монополии	91
Глава 11. ПОДХОДЫ К РЕГУЛИРОВАНИЮ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ	95
11.1. Современные подходы к регулированию естественных монополий	95
11.2. Методы проведения антимонопольной политики	100
ГЛОССАРИЙ	110

Content

Introduction	7
Chapter 1. The essence, purpose and objectives of the discipline "Regulation of natural monopoly"	9
1.1. The essence of natural monopoly	9
1.2. The causes of natural monopoly	15
Chapter 2. The value and democracy of natural monopoly	22
2.1. The value of natural monopoly in terms of society	22
2.2. Democracy in Natural Monopoly	25
Chapter 3. State authorities regulating natural monopoly	27
3.1. Functions of state bodies of natural monopoly	27
3.2. Methods of regulation of natural monopolies	29
3.3. Regulation of cases of violation of the law about natural monopolies	35
Chapter 4. State price regulation of natural monopolies	40
4.1. Price methods of regulation of natural monopolies	40
4.2. Pricing Regulation Principles	46
Chapter 5. The procedure for maintaining and compiling the state register of natural monopolies	51
5.1. The essence of the register of natural monopolies	51
5.2. Electronic register of natural monopolies	56
Chapter 6. Classification of goods and services in natural monopolies	59
6.1. Classification of goods of natural monopoly	59
6.2. Forms of Economic Monopolies	64
Chapter 7. Development of healthy competition in the face of declining state share	65
7.1. The value of reducing the state share in enterprises	65
7.2. Ways to reduce the state share in sectors of the economy	69
Chapter 8. The impact of natural monopolies on the competitive environment	72
8.1. Value of the competitive environment	72
8.2. State competition policy	74
Chapter 9. Regulation of the sale of strategic goods	79
9.1. The essence and classification of strategic goods	79
9.2. Strategy and tactics of product policy	80
Chapter 10. Regulation of tender and exchange operations of natural monopolies	86
10.1. The essence of tender operations	86
10.2. Exchange operations of natural monopolies	91
Chapter 11. Approaches to the regulation of natural monopolies	95
11.1. Modern approaches to the regulation of natural monopolies	95
11.2. Methods of Antitrust Policy	100
Glossary	110

ВВЕДЕНИЕ

С возникновением монополий стало очевидным, что они оказывают не только положительное, но отрицательное влияние на экономику страны. Исходя из этого, государства, пытаясь компенсировать несовершенства рынка, прибегают к различным методам и приемам антимонопольного регулирования. Для противодействия монополизации рынков и защиты конкуренции государства: 1) разрабатывают законы, на основе которых можно выявлять и наказывать фирмы, уличенные в монополизации; 2) создают организации, которые следят за развитием событий на рынках и выявляют случаи их монополизации; 3) помогают созданию новых фирм, которые могут противодействовать монополизации рынков.

В связи с этим, проблема антимонопольного регулирования и разработка методов государственной поддержки конкуренции очень значима для решения важнейших экономических проблем, возникающих в процессе развития любой страны. Таким образом, изучение вопроса антимонопольной политики представляется актуальным для всех государств

Тема регулирования естественных монополий особенно актуальна в Узбекистане, т. к. законодательная база в ней еще очень слабо развита, и для создания нормального и функционирования товарного рынка необходимо учесть фактор естественных монополий. Регулированию этих субъектов уделяется большое внимание в разных странах и в Узбекистане в частности. Первый закон о регулировании естественных монополий был принят в 1996 году. Он направлен на достижение баланса интересов потребителей и субъектов этих монополий в Узбекистане. Естественные монополии существуют преимущественно в отраслях коммунального обслуживания. В большинстве стран эти отрасли либо являются регулируемыми, либо находятся в государственной собственности и управляются государством с целью помешать им, воспользоваться монопольной властью. Сферы естественных монополий подвижны. Они то расширяются, то сужаются, то ликвидируются вовсе в природных факторов (например, наличия или отсутствия, увеличение

или уменьшения разведанных полезных ископаемых и иных природных богатств), от спроса на товары и иных причин. Поэтому постоянное исследование и реформирование естественных монополий является необходимым. Бесконтрольное функционирование и развитие естественных монополий может привести к ряду с неблагоприятных последствий, таких как: завышение тарифов, нарушение прав потребителей, ухудшение экономического состояния страны, потому как с точки зрения государственных интересов естественные монополии рассматриваются как важнейший бюджет образующий и структурообразующий фактор развития экономики.

От того насколько прогрессивно будет развиваться законодательная база страны, зависит дальнейшее развитие экономики Узбекистане и уровень ее благосостояния.

Глава 1. СУЩНОСТЬ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ»

1.1. Сущность естественной монополии

Монополией называется ситуация абсолютного доминирования на рынке, когда один или небольшое количество производителей товаров или услуг обеспечивают подавляющую часть спроса.

В античном мире хорошо знали, что такое монополия и какие выгоды она сулит (само слово происходит из греческого языка). Например, известный философ Аристотель вообще считал создание монополии умелой хозяйственной политикой, к которой может прибегнуть умный гражданин или правитель. В качестве примера он рассказывал о том, как «в Сицилии некто скупил на отданные ему в рост деньги все железо из железоделательных мастерских, а затем, когда прибыли торговцы, стал продавать железо как монополист, с небольшой надбавкой на его обычную цену». Более того, даже регулирование монополии началось уже в античном мире. "Некто" из приведенного выше примера был выслан правительством с Сицилии.

В средние века появление монополии часто происходило по двум причинам. Существовал способ организации производителей, который получил название цеховой системы. **Цехом** называлась организация всех производителей некоторого рода товаров, созданная с целью стабилизации цен и создания гарантированных условий существования ремесленников. Цех контролировал выпуск каждого ремесленника и цену продажи, не допускал на рынок возможных конкурентов.

Другим распространенным случаем образования монополий была выдача монархами различных **привилегий**, дающих исключительное право на производство или торговлю чем-либо.

Бурный рост монополий начался с развитием крупного машинного производства в конце XIX в. Появилась возможность снижения затрат при укрупнении производственных единиц (фабрик и заводов). Когда в отрасли

оставалось небольшое количество крупных производителей, между ними могла разыгрываться сильная конкуренция, которая оказывалась невыгодна. Чтобы избежать этой конкуренции предприниматели организовывали различные "общества", которые, по сути являлись монополистическими объединениями.

Узбекистан не был исключением в этом процессе монополизации промышленности, хотя развитие монополистических объединений началось несколько позже и иногда инициировалось иностранными партнерами узбекских фирм.

В естественных монополиях объем спроса и предложения в решающей степени задаются технологией, а оборудование и другие элементы производственного цикла сложно серийно производить, дублировать (это энергетика, ряд видов транспорта, связь, водоснабжение и др.). Т.е. естественная монополия возникает на рынке в том случае, когда одна крупная фирма в состоянии производить товар с более низкими издержками, нежели несколько более мелких фирм. Для естественной монополии характерно снижение средних издержек производства с увеличением выпуска при любом его объеме, так что эффективность производства крупной фирмы выше, нежели мелких фирм.

Естественные монополии в огромной степени определяют всю структуру производственных и потребительских цен, влияют на экономические и финансовые процессы, динамику доходов населения.

Разграничение монополий носит достаточно условный характер, поскольку некоторые фирмы могут принадлежать одновременно к нескольким видам монополий.

· **Естественная монополия** — вид монополии, занимающий привилегированное положение на рынке в силу технологических особенностей производства (в связи с эксклюзивным обладанием необходимыми для производства ресурсами, крайне высокой стоимостью или исключительностью материально-технической базы). Чаще всего, естественные монополии — это фирмы, управляющие трудоёмкими инфраструктурами, повторное создание

которых другими фирмами экономически неоправданно или технически невозможно (например: системы водоснабжения, системы электроснабжения, железные дороги).

· **Государственная монополия** — монополия, созданная в соответствии с законодательством, определяющим товарные границы монопольного рынка, субъекта монополии (монополиста), формы контроля и регулирования его деятельности, а также компетенцию контролирующего органа.

Чистая монополия — ситуация, когда на рынке присутствует только один поставщик данного вида товаров и услуг.

· **Конгломерат** (Концерн, в юридической практике — группа лиц) — несколько разнородных, но финансово взаимно интегрированных субъектов

· **Открытая монополия** — монополия, при которой одна фирма, по крайней мере на определенное время, является единственным поставщиком продукта, однако не имеет специальной защиты от конкуренции. В подобном положении нередко находятся фирмы, которые впервые вышли на рынок с новой продукцией. Примером открытой монополии может служить компания «Билайн», которая в середине 90-х годов 20-го века первой вышла на рынок сотовой связи с доступным для рядового потребителя тарифом и недорогим аппаратом. Просуществовав в качестве открытого монополиста около 6 мес.

Рассмотрим основные достоинства и недостатки естественных монополий.

Достоинства:

· возможность максимально использовать эффект от масштаба производства, что приводит к снижению издержек на производство единицы продукции;

· возможность мобилизации значительных финансовых ресурсов для поддержания средств производства на должном уровне;

· возможность использования достижений научно-технического прогресса;

· возможность следования единым стандартам на производимую продукцию и предоставляемые услуги;

- внутрифирменной иерархией и системой контрактных отношений, что позволит сократить потери, связанные с риском и неопределенностью.

Недостатки:

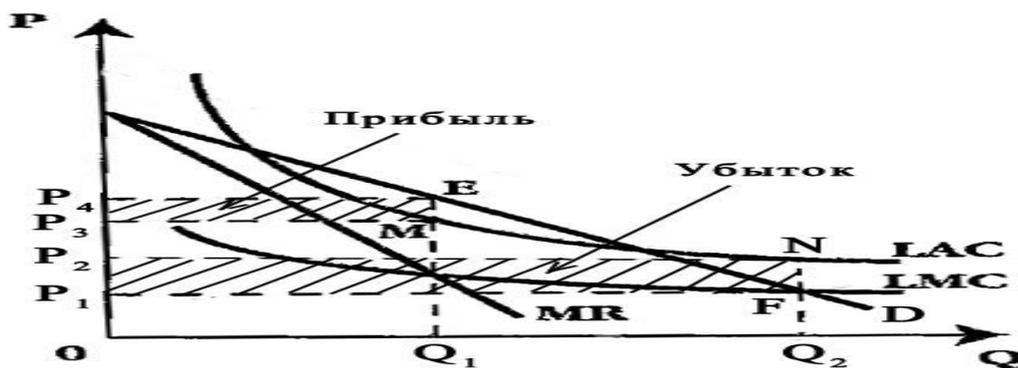
- возможность определять уровень продажной цены, создавать искушение переложить издержки в значительной мере на конечного потребителя, который не в состоянии оказывать обратного влияния на производителя;
- возможность блокировать технический прогресс;
- возможность «экономить» за счет снижения качества производимой продукции и предоставляемых услуг;
- возможность принимать форму административного диктата, подменяющего экономический механизм.

Возникновение естественных монополий связано с индустриальным освоением пространства и высокой эффективностью специфических способов масштабного перемещения в пространстве определенных товаров. Электроэнергию невозможно в промышленных масштабах передавать иначе чем через электрические сети; газ, несмотря на постепенное распространение технологий сжижения, по-прежнему эффективнее транспортировать по газопроводам; железная дорога в большинстве случаев не имеет конкурентов в перевозках массовых и высокотоннажных грузов на большие расстояния.

В этой связи необходимо различать технологический и хозяйственный аспекты функционирования естественных монополий. В технологическом плане магистральные электрические сети, магистральные нефте- и газопроводы, железные дороги и аэропорты представляют собой естественно-монопольные сетевые и инфраструктурные системы. Огромного масштаба, сформированные в течение десятилетий они, как правило, не имеют себе альтернативы. Именно эти масштабные технологические системы, в силу своей уникальности, являются объективным источником монополии.

К естественным монополиям относятся преимущественно предприятия общественного пользования, предоставляющих услуги населению: предприятия

коммунального обслуживания (водо-, газо-, электроснабжение, канализация), предприятия железнодорожного транспорта и др.



Равновесие в условиях естественной монополии

На графике продемонстрировано установление цен и объемов выпуска в условиях естественной монополии, где LAC и LMC — это кривые средних и предельных издержек фирмы в долгосрочном периоде, MR — кривая предельного дохода и D — кривая спроса. Чем выше объем производства, тем ниже средние издержки. Предельные издержки LMC всегда ниже средних LAC при любом объеме выпуска.

График показывает, что оптимальный выпуск для фирмы Q_1 устанавливается в точке пересечения кривых долгосрочных предельных издержек и предельного дохода ($LMC=MR$), соответственно цена будет равна P_4 , а площадь прямоугольника P_3P_4EM составит прибыль фирмы.

При повышении объема производства до уровня Q_2 , что является наиболее приемлемым для общества, цена соответственно будет равна P_1 , на что монополист естественно не пойдет т.к. цена P_1 не покрывает издержек фирмы на производство продукции. В этом случае фирма понесет убыток, который будет равен площади прямоугольника P_1P_2NF .

В целом сложно говорить о какой-нибудь общественной пользе, которая приносится монополиями. Монополист, стараясь увеличить свою прибыль, поднимает цены на свою продукцию до возможного максимально уровня, оставляя при этом число произведенного товара на уровне максимизации прибыли ($P > MR = MC$), что вызывает неэффективность распределения ресурсов («мертвый груз», eng. «Deadweight Loss»), когда товара произведено намного

меньше, нежели необходимо для установления равновесия на рынке, будь он абсолютно конкурентным. То есть провоцируется по факту ещё и дефицит производимого товара. Помимо несправедливого распределения дохода, монополии и другими методами способствуют уменьшению экономической эффективности, не применяют всех доступных производственных ресурсов, не так активно, как конкурирующие с другими фирмы уменьшают производственные издержки и не пытаются использовать достижения научно-технического прогресса.

Любое использование материалов допускается только при наличии этой гиперссылки.

1.2. Причины возникновения естественной монополии

Причинами возникновения естественной монополии могут быть:

- особенности технологии, обладающей положительной отдачей от масштаба при любом объеме выпуска;

- экономия на разнообразии многопродуктовой фирмы, выпускающей различные наименования продукции, используя одни и те же производственные мощности;

- недостаточная емкость рынка по сравнению с минимально эффективным выпуском.

Если отрасль является естественной монополией, это дает фирме возможность установления цены выше издержек и ограничения объема выпуска по сравнению с оптимальным для общества. Т.е. предприятия естественной монополии нельзя организовывать на началах свободной конкуренции (тогда они превращаются в олигополии и при сокращении объемов производства устанавливают монопольные цены, что порождает рост цен в других отраслях). Такая отрасль требует определенных мероприятий со стороны правительства для достижения эффективности производства и размещения ресурсов. За функционирование отраслей естественных монополий отвечает перед парламентом исполнительная власть.

Основными формами государственного регулирования естественных монополий служат:

1. Ценообразование на продукцию естественных монополий;
2. Ограничение доходности фирмы - естественной монополии;
3. Регулирование отношений собственности на фирмы, действующие на рынке естественных монополий.

Цены и тарифы на продукцию естественных монополий – основной объект регулирования. Схемы установления цен на продукцию естественной монополии преследуют общую цель снижения потерь общественного благосостояния от монопольной власти, не жертвуя производственной эффективностью.

Правительство Узбекистана утверждает перечень товаров (услуг), цены на которые на внутреннем рынке подлежат регулированию. Цены (тарифы) на продукцию субъектов естественных монополий, отпускаемые предприятиям, устанавливаются исходя из того, что их прирост не должен превышать прогнозируемого Минэкономики Узбекистане прироста цен производителей промышленной продукции (без продукции легкой и пищевой промышленности).

Одной из проблем, связанной с ценообразованием на продукт естественной монополии, является проблема качества продукции. В условиях регулируемой цены фирма не имеет стимулов к повышению качества товара. Более того, при данной установленной государством цене фирма может повысить прибыль путем снижения издержек производства за счет снижения качества товара. При отсутствии конкуренции на рынке снижение качества продукции не оказывает существенного влияния на ее положение. Теоретически государство может использовать два рычага: включение показателей качества в перечень регулируемых нормативов и практику компенсации потерь потребителей за счет фирмы-производителя в случае снижения качества товара ниже допустимого уровня. Но и это не создает стимулов для повышения качества.

Прямое регулирование цен на продукцию естественной монополии государством может быть заменено контролем над уровнем доходности. Именно такой метод используется в практике США. Установление максимальной границы нормы доходности по сравнению с нерегулируемой естественной монополией приводит к снижению цены и росту продаж. С точки зрения общества, ограничение нормы доходности приводит к росту благосостояния. Государство либо запрещает монополистам иметь сверхдоходы, либо перераспределяет сверхприбыль в свою пользу, чтобы конкуренция могла быть уравновешенной.

Однако многие экономисты считают, что регулирование нормы доходности оказывает существенное побочное воздействие на инвестиционные решения регулируемой фирмы. Наблюдается так называемое избыточное инвестирование (фирма стремится заместить капитальными ресурсами другие используемые факторы производства).

3. Передача предприятий в государственную собственность является наиболее радикальной формой регулирования естественных монополий.

Одним из возможных способов снижения потерь общества от монопольной власти, альтернативных прямому регулированию деятельности фирмы, служит стимулирование конкуренции на рынке естественной монополии. Наиболее сложным вопросом является проблема определения оптимальной остроты конкуренции. Применительно к потенциально конкурентным сегментам сферы деятельности естественной монополии государственная политика должна состоять в стимулировании входа новых фирм и снижении барьеров входа на рынок.

В ряде случаев выигрыш эффективности производства, обеспечиваемый единственным производителем, не компенсирует потери общества от злоупотребления монопольной властью. Тогда государству целесообразно пойти на реорганизацию отрасли естественной монополии путем разукрупнения фирм-производителей. В тех отраслях, где реорганизация или дерегулирование невозможны или нежелательны, альтернативным способом

усиления конкурентных элементов является развитие конкуренции за право доступа в отрасль, за право быть единственным поставщиком данного товара.

Государство продает естественной монополии право осуществлять тот или иной вид деятельности в форме франчайзинга. Подобный метод государственного регулирования используется в таких отраслях естественной монополии, как добыча нефти, грузовые перевозки, телевидение и радиовещание. Преимущества франчайзинга заключается в том, что он предоставляет эффективное ограничение деятельности монополиста, поскольку всегда существует угроза не возобновления контракта, если его условия не выполнены.

Большинство чистых монополий представляют собой естественные монополии и поэтому подлежат общественному регулированию. Естественная монополия имеет место в отраслях газо-, водо- электроснабжения (похожее положение складывается и на рынках некоторых сельскохозяйственных продуктов, которые производятся на участках земли исключительного свойства — чешское пиво, французское шампанское и т. п. Здесь также можно вести речь о естественных монополиях, потому что количество такой земли ограничено). Чаще всего в отраслях общественного потребления (коммунальное хозяйство) существует возможность злоупотребления со стороны естественных монополий, что может негативно сказаться на уровне жизни населения. В первую очередь речь идет о повышении тарифов и цен предприятиями-монополистами. Это приводит к росту издержек производства в других отраслях, а значит и к росту цен на другие товары. (Именно такую картину можно наблюдать в случае увеличения цен главными естественными монополистами и в Узбекистане – «Трансгаз», Узбекистан темир йуллари. Данные факты обуславливают необходимость государственного регулирования таких фирм со стороны специальных административных органов. Существует два возможных варианта действий государства в этом случае:

1. Установление государственной собственности на предприятия - естественные монополии, а следовательно, и государственных цен на их продукцию.

2. Государственное регулирование естественных монополий с помощью установления предельного уровня рентабельности или с помощью прямого ограничения уровня цен на продукцию естественных монополий. В развитых странах – это основной путь борьбы с негативными сторонами деятельности естественных монополий.

При анализе вопросов регулирования деятельности естественных монополий посредством контроля за ценообразованием на естественно-монопольные товары будет небезынтересно рассмотреть теоретическую модель регулируемой монополии. Рассмотрим эту проблему на конкретном примере гипотетической естественной монополии, основные параметры которой будут характеризоваться положением графиков, представленных на рисунке. Монополия максимизирует прибыль в точке E ($MR = MC$) при объеме производства Q_{opt} и цене P_A . В этом случае, как видно на графиках, цена не равна предельным издержкам, т. е. не выполняется требование эффективного распределения ресурсов в экономике. С точки зрения общества, это существенный недостаток, и его желательно исправить. Оптимальной была бы ситуация равенства цены и предельных издержек.

Таким образом, государство искусственно вносит в экономику элемент, аналогичный чистой конкуренции, а следовательно, в точке B в этих условиях фирма-монополист будет максимизировать прибыль или минимизировать убытки (что происходит чаще). Подобная ситуация устраивает государство, а цена P_B получила название общественно-оптимальной цены. Однако в большинстве случаев эта цена не покрывает средних валовых издержек фирмы, и она несет убытки. Так как P_B ниже минимального значения ATC , то фирма несет убытки при любом объеме производства, что в долгосрочном плане чревато банкротством.

Выход из этой ситуации может быть в следующем:

- предоставление со стороны государства субсидий регулируемым естественным монополиям;
- согласие на ценовую дискриминацию, которую могут осуществлять эти фирмы по отношению к потребителям; в этом случае график предельного дохода совпадет с графиком спроса на монопольный продукт;
- чаще всего в реальной действительности этим фирмам дают возможность получать нормальную прибыль в ущерб эффективному использованию ресурсов; т. е. цена будет соответствовать значению $ATC - P_c$ (проекция точки пересечения графиков ATC и D_x на ось ординат).

Перед государством в большинстве случаев стоит проблема, что предпочесть – неэффективное распределение ресурсов или неэффективность функционирования отдельных фирм.

В экономике современных государств всегда существуют такие сферы, в которых сохранение и поддержание рыночной конкуренции нецелесообразны по причине ее экономической неэффективности или по иным причинам, среди которых – обеспечение системы национальной безопасности страны. Антимонопольная политика, следовательно, не означает ликвидации монополизма вообще. Она должна опираться на основательную инвентаризацию рынков, на их разграничение на конкурентные рынки и в принципе неконкурентные, т.е. такие, где сохранение монополии экономически оправдано. Сферы экономики, исключенные из рыночной конкуренции, — это так называемые естественные и государственные монополии.

Естественная монополия – такое состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства). Товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, спрос на данном товарном рынке в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на товары других видов. Мировой опыт свидетельствует, что

такие условия производства характерны для так называемых предприятий общественного пользования, к которым, в частности, относятся предприятия электро-, водо- и газоснабжения, телефонная служба и т.д. К ним отнесены:

- транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- транспортировка газа по трубопроводам;
- услуги по передаче электрической энергии;
- услуги по передаче тепловой энергии;
- железнодорожные перевозки;
- услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов;
- услуги общедоступной электрической и почтовой связи;
- услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике;
- услуги по использованию инфраструктуры внутренних водных путей;
- захоронение радиоактивных отходов;
- водоснабжение и водоотведение с использованием централизованных системы, систем коммунальной инфраструктуры;
- ледокольная проводка судов, ледовая лоцманская проводка судов в акватории Северного морского пути.

Естественная монополия, как и всякая монополия, несет в себе возможность злоупотребления монопольной властью со стороны ее субъектов. Эти злоупотребления возможны при назначении цен и тарифов на товары и услуги отраслей — естественных монополистов при определении объемов производства, распределении продукции между отдельными потребителями и др. Для недопущения злоупотреблений государство должно регулировать деятельность естественных монополий, разрабатывая особый правовой режим такого регулирования.

Субъекты естественных монополий обязаны:

представлять государственному антимонопольному органу отчет о своей деятельности в порядке, установленном законодательством;

предоставлять равные условия для потребителей на приобретение своих товаров. В случае недостаточности мощностей для обслуживания всех потребителей регулировать распределение товаров среди потребителей в соответствии с решениями Кабинета Министров Республики Узбекистан;

вносить изменения в договоры по представлениям государственного антимонопольного органа в порядке, установленном законодательством;

не допускать ущемления прав потребителей в части получения товара в необходимых объемах и надлежащего качества;

предоставлять уполномоченному органу достоверную информацию для установления цен (тарифов);

на конкурсной основе, в порядке, установленном законодательством, производить закупку основных средств, которые учитываются при утверждении цен (тарифов) или их предельных уровней;

вести отдельный учет прямых затрат на производство (реализацию) товаров, осуществляемых в условиях естественной монополии.

Субъекты естественных монополий могут нести и иные обязанности в соответствии с законодательством.

Потребители товаров субъектов естественных монополий имеют право:

покупать товары субъектов естественных монополий по ценам (тарифам), установленным уполномоченным органом;

требовать возмещения в полном объеме материальных убытков и компенсации морального вреда, причиненных товаром с недостатками, опасными для жизни, здоровья и имущества, а также неправомерными действиями (бездействием) субъектов естественных монополий.

Потребители могут иметь и иные права в соответствии с законодательством.

Глава 2. ЦЕННОСТЬ И ДЕМОКРАТИЯ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ

2.1. Ценность естественной монополии с точки зрения общества

В условиях свободной конкуренции фирмы постоянно находятся под давлением со стороны конкурентов, которые вынуждают их быть внутренне эффективными, чтобы просто выжить. Конкурирующий монополист считает выгодным продавать меньший объем продукции, но по более высокой цене.

Другими словами, монополист считает выгодным ограничить выпуск и, следовательно, использовать меньше ресурсов, что, с точки зрения общества, является оправданным.

Но естественные монополии защищены от конкурентных сил, что является благоприятным условием для неэффективности. К сожалению, но это так: чем меньше конкурентов, тем больше неэффективность. В связи с этим ценность естественной монополии, с точки зрения общества, отрицательная. Но общество не может отказаться от ее услуг, так как естественная монополия обеспечивает необходимые общие условия для эффективного производства и нормальной повседневной жизни населения. В этом смысле ее общественная ценность положительна и велика.

Естественная монополия способствует научно-техническому прогрессу.

Вопрос: насколько естественная (чистая) монополия способствует научно-техническому прогрессу? Ответ на данный вопрос неоднозначен: имеются две точки зрения.

Первая: чистая монополия более прогрессивна, чем чистая конкуренция, потому что ее способность постоянно получать прибыль обеспечивает устойчивое финансирование научных исследований и опытно-конструкторских разработок (НИОКР). Вторая точка зрения: отсутствие конкурентных фирм ослабляет стимул монополиста к нововведениям. При анализе данных позиций возникают следующие вопросы: Действительно ли, что естественные монополии разрабатывают более эффективную технику? Допустимо ли, что

неконкурирующие монополии больше совершенствуют технологию производства, чем конкурирующие производители? Имеют ли чистые монополии достаточно средств и стимулов, чтобы улучшить свою продукцию и удовлетворить потребительский спрос? Ответы на поставленные вопросы можно получить при исследовании различных моделей рынка. Рассмотрим их подробнее.

Конкурентная модель. Выживание конкурентных фирм зависит от эффективности их деятельности. Однако конкуренция может лишать фирмы прибыли основного источника для разработки новой техники или новой продукции. Прибыли от НТП могут быть недолговечными для осуществляющего нововведения конкурентного производителя. Фирма в конкурентной отрасли, внедряющая нововведения, нередко становится свидетелем того, что многие ее конкуренты вскоре начинают дублировать или копировать любую техническую новинку. Практически они будут считать вознаграждения, но не затраты на НТП.

Монополистическая модель. Благодаря барьерам для вступления в отрасль монополист может постоянно получать значительные экономические прибыли. Отсюда чистый монополист будет иметь больше финансовых ресурсов для НТП, чем конкурентные фирмы. Но как насчет стимулов чистого монополиста к техническому прогрессу?

Существует довод, который указывает на то, что вследствие отсутствия конкурентов у чистой монополии нет автоматического стимула к НТП. Следовательно, монополист может позволить себе быть неэффективным и вялым. Острое соперничество конкурентного рынка наказывает неэффективных. Неэффективный чистый монополист не встречает этого наказания просто потому, что у него нет конкурентов. У монополий есть все основания довольствоваться существующим положением.

Монополии, обогащаясь за счет остальной части общества, имеют меньше стимулов для НТП, но больше капитала для его осуществления.

В условиях **свободной конкуренции** фирмы постоянно находятся под давлением со стороны конкурентов, которые вынуждают их быть внутренне эффективными, просто выжить. Конкурирующий монополист считает выгодным продавать меньший объем продукции, но по более высокой цене. Другими словами, монополист считает выгодным ограничить выпуск и, следовательно, использовать меньше **ресурсов**, что, с точки зрения общества, является оправданным.

Существует довод, который указывает на то, что вследствие отсутствия конкурентов у чистой монополии нет автоматического стимула к НТП. Следовательно, монополист может позволить себе быть неэффективным и вялым. Острое соперничество конкурентного рынка наказывает неэффективных. Неэффективный чистый монополист не встречает этого наказания просто потому, что у него нет конкурентов. У **монополий** есть все основания довольствоваться существующим положением.

Монополии, обогащаясь за счет остальной части общества, имеют меньше стимулов для НТП, но больше **капитала** для его осуществления.

2.2. Демократия в естественной монополии

Чтобы лучше понять естественные монополии и их роль в рыночной экономике, рассмотрим:

- 1) Ценовую дискриминацию;
- 2) Государственное регулирование естественных монополий.

Ценовая дискриминация имеет место, когда данный продукт продается по более низкой или высокой цене, и эти ценовые различия не оправдываются различиями в издержках.

Экономические последствия ценовой дискриминации, по существу, двойственны. Первое: неудивительно, что монополист будет способен увеличивать свои прибыли, занимаясь ценовой дискриминацией. Второе: при всех остальных равных условиях дискриминирующий монополист будет

производить больший объем продукции, чем не занимающийся дискриминацией монополист.

Государственное регулирование естественных монополий. Большинство чисто монополистических отраслей являются естественными монополиями и поэтому подлежат общественному регулированию. Цена (тариф), которую назначают коммунальные службы, железные дороги, телефонные компании, поставщики природного газа и электричества, называется общественно оптимальной ценой. Она определяется правительственными регулируемыми комиссиями или управлениями. Если целью регулирующей комиссии является достижение эффективности распределения ресурсов, то ей следует попытаться законодательно установить эту (максимальную) цену, равную предельным издержкам. Это цена, при которой достигается эффективность распределения ресурсов. Вероятно, что цена, которая равняется предельным издержкам, будет такой низкой, что средние валовые издержки не покрываются. Неизбежным результатом являются убытки. Причина этого заключается в основной черте услуг, или продукта естественных монополий. Так как они необходимы, чтобы удовлетворять «пиковые» требования (как ежедневно, так и посезонно) на их продукт или услугу, они имеют тенденцию располагать значительной избыточной производственной мощностью, когда спрос является относительно «нормальным». Высокий уровень инвестирования в эти отрасли означает, что издержки производства на единицу будут снижаться в долгосрочном периоде. Поэтому просто навязать общественно оптимальную цену регулируемому монополисту означало бы убытки в краткосрочном периоде, а в долгосрочном периоде? банкротство. Что же делать? Одним из вариантов является субсидия, достаточная для того, чтобы покрыть убыток, который повлек бы за собой ценообразование на основе предельных издержек. Другим ценовая дискриминация, в результате которой дополнительный доход, полученный таким образом, позволит фирме покрыть издержки. На деле регулирующие комиссии придерживаются третьего варианта: они склонны отступать от цели достижения эффективности распределения ресурсов и

ценообразования на основе предельных издержек и устанавливать цены, обеспечивающие «справедливую прибыль». Цена, обеспечивающая «справедливую прибыль», равна средним издержкам. Общественно-оптимальная цена устанавливается там, где кривые спроса и предельных издержек пересекаются: цена, обеспечивающая «справедливую прибыль», устанавливается там, где пересекаются кривые спроса и средних издержек. Подобно конкурентному продавцу чистый монополист будет максимизировать прибыли путем уравнивания предельного дохода и предельных издержек. В результате регулирования цен можно одновременно снизить цену, увеличить объем производства и сократить экономические прибыли монополий

Глава 3. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ РЕГУЛИРУЮЩИЕ ЕСТЕСТВЕННУЮ МОНОПОЛИЮ

3.1. Функций государственных органов управления естественной монополии

Антимонопольный орган осуществляет следующие полномочия:

- 1) возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства;
- 2) выдает в случаях, указанных в законе «об естественной монополии», хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания:
 - а) о прекращении ограничивающих конкуренцию соглашений и (или) согласованных действий хозяйствующих субъектов и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;
 - б) о прекращении злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;
 - в) о прекращении нарушения правил недискриминационного доступа к товарам;
 - г) о прекращении недобросовестной конкуренции; и т.д.
 - д) о недопущении действий, которые могут являться препятствием для возникновения конкуренции и (или) могут привести к ограничению, устранению конкуренции и нарушению антимонопольного законодательства;
 - е) выдает местным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов Узбекистана, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов или организациям, а также государственным внебюджетным фондам, их должностным лицам, за исключением случаев, обязательные для исполнения предписания;
 - ж) направляет в центральный исполнительный орган по рынку ценных бумаг, Центральный банк Узбекистана предложения о приведении в

соответствие с антимонопольным законодательством принятых ими актов и (или) прекращении действий в случае, если такие акты и (или) действия нарушают антимонопольное законодательство;

3) привлекает к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства коммерческие организации и некоммерческие организации, их должностных лиц, должностных лиц местных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Узбекистана, органов местного самоуправления

Применительно к естественным монополиям традиционно предлагается четыре основные стратегии регулирования.

4) обращается в арбитражный суд с исками, заявлениями о нарушении антимонопольного законодательства, в том числе с исками, заявлениями:

5) участвует в рассмотрении судом или арбитражным судом дел, связанных с применением и (или) нарушением антимонопольного законодательства;

6) ведет реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем тридцать пять процентов. Порядок формирования и ведения реестра устанавливается Правительством Узбекистана;

7) размещает на сайте антимонопольного органа в сети "Интернет" решения и предписания, затрагивающие интересы неопределенного круга лиц;

8) устанавливает доминирующее положение хозяйствующего субъекта при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства и при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией;

9) осуществляет сотрудничество с международными организациями, государственными органами иностранных государств, принимает участие в разработке и реализации международных договоров Узбекистана, в работе межправительственных или межведомственных комиссий, координирующих международное сотрудничество Узбекистана, в осуществлении международных программ и проектов по вопросам защиты конкуренции;

10) обобщает и анализирует практику применения антимонопольного законодательства, разрабатывает рекомендации по его применению;

11) ежегодно представляет в Правительство Узбекистана доклад о состоянии конкуренции в Узбекистана и размещает его на сайте антимонопольного органа в сети "Интернет".

3.2. Методы регулирования естественной монополий

Законом "О естественных монополиях" установлены два специфических метода (применение иных методов не допускается):

1. Органы регулирования естественных монополий могут применять ценовое регулирование, осуществляемое посредством определения (установления) цен (тарифов) или их предельного уровня.

Во многих странах цены естественных монополий на первом этапе либерализации прямо регулировались государством. Но в условиях высокой инфляции и резких изменений относительных цен пересмотр тарифов и цен не поспевал за ростом издержек, и была принята на вооружение практика регулирования ценообразования по различным формулам, и одновременно стала осуществляться приватизация или коммерциализация естественных монополистов.

Государство не вправе использовать ценовое регулирование в рыночных отношениях, т. Е. исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон. И только в предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки и т. п.), устанавливаемые или регулируемые уполномоченными на то государственными органами. Такое исключительное право и предоставлено органам регулирования естественных монополий. Этот метод логично вытекает непосредственно из понятия естественной монополии, существенный элемент которого - неэластичные цены на ее товары. Само ценовое регулирование осуществляется путем установления либо фиксированной цены, либо предельного уровня цен (тарифов), либо

предельных коэффициентов изменения цен (тарифов) на товары, производимые (реализуемые) субъектом естественной монополии.

Как правило, используются заранее выбранные схемы установления цен: а. Метод предельных издержек. Он заключается в том, что государство требует (и контролирует), чтобы устанавливаемая монополистом цена равнялась его предельным издержкам. Тем самым обеспечивается эффективный с народнохозяйственной точки зрения объем производства и потребления продукции естественной монополии, что часто ведет к убыткам и необходимости субсидировать монополию за счет государственных средств.

2. Метод средних издержек состоит в том, что вся прибыль монополиста, за исключением нормальной, изымается (то есть цена равна средним издержкам). Этот метод может дать результат, при котором продукта будет производиться слишком мало по сравнению с необходимым для эффективного функционирования экономики в целом, и, с другой стороны, не создает заинтересованности в минимизации издержек: монополист заранее знает, что его расходы будут компенсированы. Метод установления потолка цен обычно приводит к дефициту продукции. г. Субсидирование естественных монополий. Многие страны с рыночной экономикой в умеренной степени используют этот метод, придерживаясь варианта предельных издержек. Суть практики перекрестного субсидирования состоит в том, что одни потребители продукции естественной монополии получают ее, но по более низким ценам за счет других, на которых фактически возлагается дополнительное бремя. В наиболее тяжком положении оказались промышленные предприятия, которые фактически субсидируют льготные тарифы для населения. Недостатки подобной практики заключаются в существенном ограничении потенциала развития и конкурентоспособности узбекской промышленности; в противоречии экономической логике (себестоимость продукта естественных монополий для крупных оптовых покупателей ниже, чем для индивидуальных потребителей); возложении на естественные монополии несвойственных им функций социальной политики. Неудивительно, что социальная эффективность

этого своеобразного налога на промышленных потребителей крайне низка: дотация распределяется не по нуждаемости, а по объему потребления услуги. Это означает, что наиболее благополучные слои населения получают больше, чем наименее защищенные, для кого, собственно, и должна предназначаться подобная помощь. Однако не существует наилучшей для всех условий схемы, которая обеспечивала бы безотказную реализацию целей общества - производства необходимого объема продукции с минимальными издержками. Как правило, эффективной оказывается система мер, включающая сочетание элементов частной собственности и государственного контроля посредством установления жестких правил ценообразования.

3. Определение потребителей, подлежащих обязательному обслуживанию, и (или) установление минимального уровня их обеспечения в случае невозможности удовлетворения в полном объеме потребностей в товаре, производимом (реализуемом) субъектом естественной монополии. Необходимость его применения прямо детерминирована природой естественных монополий. Производимые в них товары нередко объективно ограничены по своим ресурсам, а то и вовсе исчерпаемы (полное использование разведанных месторождений, сокращение добычи и т. п.). Это обстоятельство позволяет субъектам естественных монополий выборочно, по своему усмотрению, продавать товары одним потребителям и лишать этих товаров других потребителей. Вмешательство государства призвано защитить интересы всех потребителей. Также органы регулирования естественных монополий принимают решения об изменении или о прекращении регулирования в отношении конкретных субъектов естественных монополий, если отпадают установленные для этого основания, например, если открылась возможность для развития конкуренции на рынке соответствующих товаров. И подобно тому, как принятие решения о введении регулирования служит основанием для включения субъекта естественной монополии в реестр, так на основе решения о прекращении регулирования он из реестра исключается.

Вопросы, касающиеся введения, изменения или прекращения регулирования деятельности субъекта естественной монополии, могут быть рассмотрены на основании предложений местных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Узбекистана и органов местного самоуправления, общественных организаций потребителей, их ассоциаций и союзов, хозяйствующих субъектов. Далее, орган регулирования естественной монополии вправе применить только те методы регулирования, которые предусмотрены законом "О естественных монополиях" и иными законами. Решение принимается на основе анализа деятельности конкретного субъекта естественной монополии с учетом стимулирующей роли методов регулирования.

Первая – это государственная собственность и государственное управление предприятиями. Теоретически, при такой схеме госсектор устанавливает цены, равные предельным издержкам, а разницу между предельными и средними издержками восполняет за счет налоговых платежей.

Хотя общемировая тенденция состоит в уходе от государственного владения и управления предприятиями, этот способ государственного вмешательства по-прежнему играет важную роль в сфере естественных монополий.

Второй вариант решения проблемы монополии предполагает сохранение частной собственности, но для покрытия разницы между выручкой при ценах, равных предельным издержкам, и суммарными издержками прибегает к государственным субсидиям через налоговую систему.

Третий вариант — традиционное регулирование государственной комиссией, цель которой – сделать так, чтобы тарифы покрывали издержки с нулевой сверхприбылью.

Четвертый вариант политики — это использование естественной или специально стимулируемой конкуренции. Такая конкуренция превращает естественные монополии в то, что называется состязательным рынком.

Соответствующий орган государственного регулирования деятельности субъектов естественных монополий принимает решение о применении методов регулирования, Законом и иными актами законодательства, применительно к конкретному субъекту естественной монополии на основе анализа его деятельности с учетом стимулирующей роли в повышении качества производимых (реализуемых) товаров и в удовлетворении спроса на них. При этом оценивается обоснованность затрат и принимаются во внимание:

- издержки производства (реализации) товаров, в том числе заработная плата, стоимость сырья и материалов, накладные расходы;

- налоги и другие обязательные платежи;

- стоимость основных производственных средств, потребность в инвестициях, необходимых для их воспроизводства, и амортизационные отчисления;

- прогнозируемая прибыль от возможной реализации товаров по различным ценам (тарифам);

- удаленность различных групп потребителей от места производства товаров;

- соответствие качества производимых (реализуемых) товаров спросу потребителей;

- государственные дотации и другие меры государственной поддержки.

При принятии решения о применении методов регулирования деятельности конкретного субъекта естественной монополии орган государственного регулирования деятельности субъектов естественных монополий рассматривает также информацию, предоставленную потребителями товаров субъекта естественной монополии.

Государственный контроль за деятельностью субъектов естественных монополий осуществляется государственным антимонопольным органом.

Государственный антимонопольный орган осуществляет контроль за:

- соблюдением договоров по объемам товаров, реализуемым потребителям;

-соблюдением порядка ценообразования и применения цен (тарифов) на товары;

-созданием, реорганизацией и ликвидацией субъектов естественных монополий.

Государственный антимонопольный орган:

-формирует и ведет Государственный реестр субъектов естественных монополий, в отношении которых осуществляется государственное регулирование и контроль;

-разрабатывает и осуществляет программы реструктуризации отраслей естественных монополий;

-контролирует соблюдение Закона в пределах своей компетенции;

-принимает в пределах своей компетенции решения по фактам нарушения законодательства;

-направляет субъектам естественных монополий обязательные для исполнения предписания;

- органам государственной власти на местах обязательные для исполнения предписания об отмене или изменении принятых ими актов, противоречащих Закону;

-обращается в суд с иском и заявлением, а также участвует в рассмотрении в суде дел, связанных с применением или нарушением Закона.

3.3. Регулирование дел о нарушении законодательства

о естественных монополиях

Государственный антимонопольный орган в пределах своей компетенции рассматривает дела о нарушениях законодательства о естественных монополиях юридическими лицами, в том числе иностранными, органами государственного управления и органами государственной власти на местах.

Основанием для рассмотрения дел о нарушении законодательства о естественных монополиях являются материалы, полученные в ходе осуществления контрольных функций антимонопольным органом, в том числе

материалы проверок и анализа деятельности субъектов естественной монополии, а также обращения юридических и физических лиц, органов государственного и хозяйственного управления, органов государственной власти на местах и представления органов прокуратуры.

Дела о нарушении законодательства о естественных монополиях рассматриваются в месячный срок.

Решение по рассматриваемым делам принимается в присутствии представителей хозяйствующего субъекта или органа управления, а также с участием заинтересованных лиц.

Решение (предписание) государственного антимонопольного органа по результатам рассмотрения дела направляется заинтересованным сторонам не позднее пяти дней со дня его принятия и подлежит исполнению в установленные в нем сроки.

Назначение государственно-правового регулирования - соблюсти, а при необходимости уравновесить баланс интересов субъектов естественных монополий и потребителей. Высокая экономическая эффективность естественных монополий делает недопустимым их дробление, но с другой стороны их бесконтрольная деятельность способна принести значительный вред, поэтому государство не может воздерживаться от регулирования естественных монополий. Суть любого регулирования состоит в упорядочении деятельности участников социального общения, прежде всего в установлении для них определенных правил поведения, в данном случае - в рыночных отношениях.

Регулирование является основной формой воздействия государства на естественные монополии, и его специфика проявляется в его методах, которыми антимонопольные органы не наделены. Специально образованные местные органы исполнительной власти по регулированию естественных монополий по своим структуре и функциям, а также полномочиям и порядку их осуществления они имеют много сходного с местными антимонопольными органами. Они устанавливают цены на продукцию монополии и определяют

состав потребителей продукции, которым монополия обязана поставлять свою продукцию. Во всех сферах деятельности естественных монополий образуются органы регулирования естественных монополий. Один местный орган исполнительной власти может регулировать сразу несколько сфер деятельности естественных монополий и совсем необязательно в каждой сфере иметь отдельный орган. Для осуществления своих полномочий они вправе создавать свои территориальные органы и наделять их полномочиями в пределах своей компетенции. Территориальные органы создаются с разрешения Правительства Узбекистана и образуют вместе с соответствующим местным органом единую систему регулирования в соответствующей сфере естественной монополии.

Органы регулирования естественных монополий образуются в их сферах деятельности. Руководитель органа регулирования естественной монополии является одновременно членом правления данного органа. Для определения основных направлений деятельности местного органа исполнительной власти и принятия решений образуется правление в количестве не более семи членов, включая руководителя, из числа высококвалифицированных специалистов, имеющих опыт работы в соответствующей области. Члены правления назначаются Правительством Узбекистана сроком не менее чем на четыре года. Для обеспечения преемственности в работе правления начиная с пятого года работы данного органа ежегодно осуществляется замена до одной трети общего количества членов правления. На работников органов регулирования распространяется правовой статус государственного служащего. Местный орган исполнительной власти по регулированию естественной монополии ликвидируется в случае появления возможности для развития конкуренции на соответствующем товарном рынке и (или) в случае изменения характера спроса на товар субъектов естественных монополий.

Функции органов регулирования:

- 1) они формируют и ведут реестр субъектов естественных монополий, в отношении которых осуществляется государственное регулирование;

2) определяют методы регулирования (в соответствии с законом), применительно к конкретному субъекту естественной монополии;

3) контролируют в пределах своей компетенции соблюдение требований закона, и вносят в установленном порядке предложения по совершенствованию законодательства по естественным монополиям

Реализация контрольных полномочий открывает для органов регулирования естественных монополий большие возможности вносить плодотворный вклад в реформирование экономики, повышение эффективности функционирования естественных монополий. Органы регулирования естественных монополий имеют право:

- направлять субъектам естественных монополий обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушений закона "О естественных монополиях", в том числе об устранении их последствий, о заключении договоров с потребителями, подлежащими обязательному обслуживанию, о внесении в заключенные договоры изменения, о перечислении в республиканский бюджет прибыли, полученной ими в результате действий, нарушающих закон;

- направлять органам исполнительной власти и органам местного самоуправления обязательные для исполнения предписания об отмене или об изменении принятых ими актов, не соответствующих закону;

- принимать решения о наложении штрафа на субъект естественной монополии;

- привлекать к административной ответственности в виде предупреждения или штрафа руководителей субъектов естественных монополий, должностных лиц органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в случаях, предусмотренных законом;

- обращаться в суд с иском, а также участвовать в рассмотрении в суде дел, связанных с применением или с нарушением закона "О естественных монополиях";

- осуществлять иные полномочия, установленные законами.

Основаниями для рассмотрения дел, связанных с подконтрольными органам регулирования действиями (сделками), служат заявления хозяйствующих субъектов, потребителей, общественных организаций потребителей, их ассоциаций и союзов, представления органов исполнительной власти, органов местного самоуправления и прокуратуры. Органы регулирования естественных монополий вправе рассматривать дела по собственной инициативе на основании сообщений средств массовой информации и иных, имеющихся в их распоряжении материалов, свидетельствующих о нарушениях закона "О естественных монополиях". Для органов регулирования естественных монополий установлены определенные гарантии исполнения возложенных на них функций.

Органы исполнительной власти по регулированию естественных монополий могут быть ликвидированы лишь в случае появления возможности для развития конкуренции на соответствующем товарном рынке и (или) в случае изменения характера спроса на товар субъектов естественных монополий. Сообщения о ликвидации органов регулирования естественных монополий и об основаниях для принятия такого решения публикуются в средствах массовой информации.

Работники органов регулирования естественных монополий имеют право беспрепятственного доступа к информации о деятельности субъектов естественных монополий, имеющейся у органов исполнительной власти и органов местного самоуправления, а также у субъектов естественных монополий. По требованию органов регулирования естественных монополий субъекты естественных монополий, органы исполнительной власти и органы местного самоуправления обязаны предоставлять достоверные документы, объяснения в письменной и устной форме и иную информацию. Сведения, которые составляют коммерческую тайну и получены органом регулирования естественной монополии, разглашению не подлежат. Работа органов регулирования деятельности естественных монополий строится на демократических началах, в обстановке широкой гласности. О принятых ими

решениях о введении, об изменении или о прекращении регулирования деятельности субъектов естественных монополий, а также о включении и реестр субъектов естественных монополий либо об исключении из него, о применяемых методах регулирования деятельности субъектов естественных монополий и о конкретных показателях и требованиях, предъявляемых к ним органами регулирования естественных монополий в обязательном порядке сообщается через средства массовой информации. Органы регулирования естественных монополий ежегодно публикуют доклад о своей деятельности. Также через средства массовой информации обязательно сообщается обо всех случаях применения ответственности за нарушения закона "О естественных монополиях", а решения по делам, связанным с нарушениями этого закона, подлежат опубликованию в средствах массовой информации в полном объеме не позднее месяца со дня их принятия. Чрезвычайно важным является то, чтобы и финансовый отчет, и концепция развития отрасли, включающая целевую норму прибыли предприятий-монополистов, уровень дивидендов, способы снижения издержек и направления инвестиций публиковались и гласно обсуждались специалистами.

Глава 4. ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЦЕНОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ

4.1. Ценовые методы регулирования естественных монополий

Ценовое регулирование деятельности субъектов естественных монополий осуществляется уполномоченным органом. Для установления цен (тарифов) на товары субъекты естественных монополий представляют в уполномоченный орган проекты цен (тарифов) и расчеты по ним в соответствии с порядком, установленным Кабинетом Министров Республики Узбекистан.

Проекты цен (тарифов) на товары субъектов естественных монополий рассматриваются уполномоченным органом в месячный срок с учетом их влияния на цены продукции потребителя.

Решение уполномоченного органа по ценам (тарифам) публикуется субъектами естественных монополий в средствах массовой информации не позднее, чем за пятнадцать дней до вступления их в силу.

Инструменты ценового регулирования естественных монополий можно разделить на три крупные группы.

1) Прямое установление цен -- фиксирование цен на продукцию естественных монополий, которое способствует удовлетворению потребностей большинства потребителей. Главной задачей данного инструмента является установить такие цены, которые способствовали бы развитию предприятия, его самофинансированию и, конечно же, не забываем о доступности потребителю, то есть такие цены, которые существовали бы и при совершенной конкуренции в данной области, если такая была бы возможна. Если цена является одинаковой на все единицы производства, а расходы потребителей можно рассматривать как линейную функцию, то данное ценообразование является линейным. С точки зрения взаимосвязи с объемом производства цены можно разделить на линейные (одинаковая цена на все единицы продукции, расходы потребителя можно рассматривать как линейную функцию от цены и объема покупки) и нелинейные (фирма взимает фиксированную плату, не зависящую

от объема покупки, плюс единую цену за каждую единицу продукции; потребительские расходы становятся функцией вида $F + P \cdot Q$). Регулирующий орган должен в этих условиях установить цену на уровне предельных затрат, что приведет к росту объема производства до уровня, который имел бы место в условиях совершенной конкуренции. Поскольку цена устанавливается на уровне средних затрат, равных при данном объеме выпуска предельным, предприятие получает только нормальную прибыль. Вследствие роста объемов производства до конкурентного уровня исчезает и ущерб от существования монополии.

Ценовая дискриминация является одним из способов расширения рынка сбыта в условиях монополии. Производя продукции меньше и по более высокой цене, чем в условиях чистой конкуренции, монополист тем самым лишается части потребительского спроса. Эта часть потенциальных покупателей была готова приобрести товар, если бы его цена была ниже монопольной. Однако, снижая цену с целью расширения объема сбыта, монополист вынужден снижать цену на всю продаваемую продукцию. Но в некоторых случаях фирма может устанавливать разные цены на одну и ту же продукцию для разных групп покупателей. Если одни покупатели приобретают продукцию по более низкой цене, чем остальные, имеет место практика ценовой дискриминации.

Ценовая дискриминация может проводиться при следующих условиях:

Покупатель, приобретя продукцию, не имеет возможности ее перепродать;

Существует возможность разделить всех потребителей данной продукции на сегменты, спрос на которых имеет разную степень эластичности.

— Действительно, если фирма, производящая любую продукцию, которая может быть перепродана, например телевизоры, холодильники и т.п., решила прибегнуть к ценовой дискриминации, она столкнется со следующей ситуацией. Снижение цены на эти товары для пенсионеров и сохранение ее на первоначальном уровне для всех остальных критерий населения приведет к

тому, что, покупая эти товары, пенсионеры тут же будут их продавать. К тому же такая ценовая политика может вызвать недовольство покупателей.

Иная ситуация складывается, если продукция не может перепродаваться; сюда относятся прежде всего отдельные виды услуг. В этом случае для групп потребителей, спрос со стороны которых является более эластичным, устанавливаются различные виды скидок с цены. Иными словами, разные группы потребителей представляют собой разные рынки, эластичность спроса на которых различная.

Предположим, что какая-то авиакомпания X продавала 100 тыс. авиабилетов по цене 500 тыс. сум. за билет. Такая цена была установлена исходя из равенства предельного дохода и предельных издержек. Ежемесячный Валовой доход компании составлял 50 млрд. сум. однако в результате произошедших изменений (выросли цены на топливо, работникам была повышена заработная плата), издержки компании выросли, и цена билета была повышена вдвое. Вместе с тем количество проданных билетов сократилась в два раза, и составило 50 тыс. шт. несмотря на то, что общий Валовой доход сохранился на уровне 50 млрд. сум., существуют возможности получить дополнительный доход, привлекая пассажиров, отказавшихся от полетов из-за высокой цены, через предоставления скидок.

Несколько отличный от рассмотренных выше подход к определению "идеальных" цен на продукцию естественных монополистов был предложен Ф. Рамсеем в 1927 г. Разработанный им принцип ценообразования имеет ключевое значение также при нахождении оптимальных ставок товарных налогов и в современной макроэкономической теории. Здесь мы ограничимся только описанием возможного применения ценообразования по Рамсею в случае многопродуктовой естественной монополии, когда линейное ценообразование по предельным затратам ведет к убыткам предприятия.

Ценами Рамсея называются линейные цены, минимизирующие чистые потери общества при условии, что общая выручка предприятия равна его общим затратам. Отклонение от ценообразования по предельным затратам

неизбежно приводит к появлению чистых потерь, но цены Рамсея позволяют их минимизировать, не прибегая при этом к дотациям со стороны государства. Наиболее простой случай нелинейного ценообразования -- установление двухставочного тарифа. Для того чтобы гарантировать потребление продукции естественной монополии в эффективном объеме, одна часть тарифа фиксируется на уровне предельных затрат, а вторая часть тарифа, призванная покрыть возникающий убыток, может быть определена делением величины убытка на общее число потребителей. Однако с точки зрения достижения максимально возможной эффективности такая структура тарифа имеет недостатки. Спрос потребителей может существенно различаться, и введение единой фиксированной платы за доступ к услуге может привести к тому, что для ряда потребителей она окажется выше получаемого ими излишка, и они вынуждены будут вообще отказаться от пользования данной услугой. Если же часть потребителей, готовых платить цену, равную предельным затратам, уйдет с рынка, эффективность снизится.

Выход состоит во взимании разной фиксированной платы с разных потребителей в зависимости от их готовности и способности платить.

Приведем пример с введением двухставочного тарифа на услуги телефонной связи. Эффективность будет максимальной, если одна часть тарифа будет равна предельным затратам на предоставление 1 минуты (часа) телефонной связи, а вторая часть, покрывающая постоянные затраты телефонной компании, будет фиксированной для разных групп потребителей (для пенсионеров, например, она будет ниже, чем для остальных категорий пользователей; для индивидуальных абонентов ниже, чем для организаций). При этом, конечно же, должно быть исключено перекрестное субсидирование, не связанное с различиями между абонентами по их способности платить.

2) Косвенное регулирование цен через установление предельных величин прибыли или доходности. Ниже мы сравним два основных метода косвенного регулирования цен: введение пределов повышения цен и фиксацию нормы доходности.

Рассмотрим введение пределов повышения цен. После 40 лет государственной собственности на предприятия инфраструктуры следовало выбрать новый подход к регулированию цен, который, защищая потребителей компании, давал бы одновременно возможности для ее развития и, кроме того, способствовал бы росту конкуренции в отрасли. Предполагался выбор между установлением максимальной нормы доходности или введением сбора с прибыли компании, взаимосвязанного с объемом предоставляемых услуг. Этот сбор уменьшался бы с ростом объема производства, стимулируя предприятие увеличивать выпуск при сохранении низких цен. Тем не менее выбор был сделан в пользу третьей схемы - пределов повышения цен, поскольку ограничение нормы доходности не стимулирует в должной мере предприятие к повышению эффективности, а сбор с прибыли поставил бы "British Telecom" в неравные условия по сравнению с конкурентами, прибыль которых таким сбором не облагалась. Было предложено ограничить повышение тарифов, которые взимались "British Telecom" на тех сегментах рынка (аренда проводных линий связи и местные телефонные переговоры), где она еще сохраняла существенную монопольную власть после приватизации. Стоимость данного набора услуг должна была ежегодно снижаться в реальном выражении на определенную величину. Так была выведена формула предела повышения цен

$$DP = DPR - X,$$

где DP - предел относительного повышения цен; DPR - относительный прирост розничных цен; X - планируемое органом регулирования относительное снижение уровня цен в реальном выражении. По мнению авторов этого подхода к регулированию цен, указанная формула должна была обеспечить защиту потребителей от повышения цен в реальном выражении, стимулировать компанию повышать свою эффективность и снижать издержки. Кроме того, предполагалось, что регулирование цен, согласно этой формуле, значительно упрощается по сравнению с ограничением нормы доходности, поскольку не требует оценки затрат и величины инвестированного капитала.

Предел повышения цен не связан с изменениями прибыли регулируемой компании, хотя безусловно подразумевает определение исходной величины прибыли в момент установления первоначальных цен при введении регулирования и при их пересмотре в последующем.

Фиксация нормы доходности. Норма доходности применяется регулирующим органом к величине инвестированного капитала. Ключевую роль при определении цены играет уровень общих затрат. Включение их в формулу сводит ценовую политику предприятия к методу "затраты плюс". Естественно, что фирмы будут стремиться зависить свои затраты. Благодаря государственной защите от конкуренции у естественных монополистов нет стимулов для повышения эффективности функционирования предприятия, включая снижение уровня затрат. Таким образом, предприятие может получить прибыль при любом уровне затрат. Для получения более точной информации о затратах, необходимых для производства товаров или оказания услуг в условиях естественной монополии, органам регулирования нужно либо самим проводить аудит и анализ затрат предприятия.

Регулирование нормы доходности предполагает, что предприятие увеличит цены, только если возрастут затраты и соответственно потребуется более высокая выручка для получения прежней доходности на капитал. Даже если опустить очевидные трудности, связанные с оценкой величины инвестированного капитала и уровня затрат, регулирование естественных монополистов путем фиксации нормы доходности имеет очевидный недостаток - у компаний отсутствуют стимулы для повышения эффективности своей работы, ведь при увеличении затрат можно просто поднять цену.

3) Использование конкурентных механизмов для передачи прав на производство продукции (оказание услуг) в условиях естественной монополии. Как правило, речь идет о конкурсной продаже лицензий, которые дают фирме право стать естественным монополистом в определенной сфере. Наиболее яркий пример - передача отдельных железных дорог в концессию в Аргентине, Бразилии и некоторых других развивающихся странах с целью повышения

эффективности их функционирования. Аналогичная практика в свое время имела место и в Узбекистане.

Можно сделать вывод из вышесказанного, что все методы регулирования естественных монополий разделяются на две крупные категории: ценовое и неценовое регулирование. В следующем пункте мы рассмотрим поведение монополий при неценовых методах регулирования.

4.2. Принципы регулирования ценообразования

Регулирование деятельности компаний непосредственно на рынках чистой монополии осуществляется на основе двух различных моделей. Одна из них базируется на регулировании нормы прибыли, а другая - тарифов.

Принципы регулирования отличаются в зависимости от выбора ключевого контрольного параметра, способа его задания, периодичности пересмотра и многих других факторов.

Структура тарифа должна разрабатываться таким образом, чтобы дискриминация исключалась. Поэтому тариф устанавливается по каждому виду продажи или характеру услуги, что, как правило, требует разбивки издержек на основе определенного параметра, например объемов производства и продаж, величины прямых издержек, получаемых прибылей и т.п. Одобренный тариф обычно действует до тех пор, пока компания не обратится с требованием о его пересмотре, что обычно происходит, когда норма прибыли становится недостаточной. Причем предприятия должны получать разрешение не только на повышение тарифов, но и на изменение их структуры, а в ряде случаев даже на снижение.

Процедура определения тарифа состоит из трех этапов: выявления текущих издержек, определения инвестиций и задания нормы прибыли на последние. Допустимая прибыль компании исчисляется на весь капитал независимо от того, используется он или нет, при условии эффективного задействования трудовых ресурсов, методов производства и принципов ценообразования.

Основное преимущество применения такой модели регулирования состоит в том, что она позволяет защищать интересы потребителей и производителей, гарантируя оправданность расходов и инвестиций, а также справедливую оплату услуг. Иными словами, создаются препятствия масштабным и наиболее очевидным злоупотреблениям монопольным положением в виде неоправданно высоких издержек и завышения прибылей.

Однако, по мнению ряда экспертов, данная модель поощряет режим затратного ценообразования, так как установление тарифов происходит на базе фактических издержек, что позволяет перекладывать затраты на потребителей. Основные недостатки этой модели регулирования по принципу "затраты плюс прибыль" состоят в нарушении стимулов к эффективным капиталовложениям, поощрении переложения издержек с рынка с большей конкурентностью на рынок с большей монополизацией, недостаточности стимулов для расширения круга оказываемых услуг. При определенных условиях, когда допустимая норма прибыли на капитал превышает его цену, появляется стимул для сверхинвестирования. В связи с указанными недостатками в последнее время данная модель регулирования применяется все реже.

Модель регулирования верхнего предела тарифа заключается в установлении согласованной сроком на четыре - пять лет формулы расчета ежегодного тарифа, которая содержит дефлятор и так называемый фактор повышения производительности. При структурировании формулы учитывают следующее: объект регулирования, задание ценового ограничения (срок, абсолютная или относительная величина), фактор повышения производительности, возможность перекладывания издержек.

Существует два основных подхода в установлении объекта регулирования цен. В отраслях с широким спектром выпускаемой продукции регулируется тариф не каждого из них, а их комбинация - корзина. Это упрощает процедуру расчета (не надо исчислять фактические издержки на производство каждого вида продукции) и облегчает перекрестное субсидирование. Возможность последнего особенно важна в тех случаях, когда

цены существенно отклоняются от относительных издержек, а их оптимальные уровни установить вследствие недостаточной изученности издержек и спроса нельзя. Особая проблема возникает при определении принципов агрегирования цен, входящих в корзину товаров и услуг, а также масштабов их относительных изменений.

В условиях инфляции, которая в современной экономике имеет хронический характер, устанавливать абсолютную величину тарифа нецелесообразно с точки зрения и потребителей, и производителей, поэтому тариф фиксируется не в абсолютных, а в относительных величинах. Возможные расхождения между динамикой дефлятора и уровня цен должны учитываться при установлении величины фактора повышения производительности, которая определяется на основе оценок перспективного спроса, объема капиталовложений, прибылей от прочей (нерегулируемой) деятельности, вероятности снижения издержек, а также потребностей в инвестициях. Возможность перекладывания производителями издержек зависит от того, являются ли они "контролируемыми", связанными с действиями компании, или нет.

Данная модель регулирования деятельности естественных монополий имеет ряд достоинств:

- установление наиболее важного для потребителей параметра - уровня цен;
- прозрачность и, следовательно, простота отслеживания и принятия решений;
- упрощение процесса регулирования для компаний и регулирующих органов. Компания может изменять уровень и структуру тарифов по заданной формуле, а регулятор не должен участвовать в изнурительных процедурах пересмотра цен и детального рассмотрения инвестиционной программы;
- стимулирование эффективности. Производителям гарантируется сохранение выгод от повышения эффективности в период между пересмотром фактора повышения производительности.

Данная модель менее подвержена затратной неэффективности и тенденции к завышению капиталоемкости. Поскольку компания имеет право присваивать все прибыли и добиваться неограниченной максимизации, то у нее возникают стимулы для повышения эффективности производства. При правильном определении величины фактора повышения производительности часть предполагаемой возросшей эффективности будет передаваться потребителям в виде более низких цен.

Рассматриваемая модель действительно стимулирует эффективность, поскольку фирма присваивает (по крайней мере в краткосрочном периоде) всю экономию на издержках. Однако стимулирующий эффект в значительной степени зависит от характера пересмотра цен (в частности, точного соблюдения его сроков) и жесткости фактора повышения производительности. При фиксации величины последнего повышение эффективности компании становится не добровольным, а принудительным. Рассчитывать на ее собственную инициативу здесь уже не приходится, так как краткосрочные выгоды могут быть перекрыты более жестким значением фактора повышения производительности и тем самым более низкими ценами в последующем периоде, и даже спровоцировать их снижение в текущем периоде.

Кроме того, стимулирующий эффект такого регулирования относительно велик, когда до пересмотра тарифа остается еще значительный период времени, но с приближением этого момента он падает до нуля. Иными словами, по мере приближения срока пересмотра тарифа у компании возникают основания для занижения результатов своей деятельности, чтобы добиться более "щадящего" режима ценообразования.

При этом необходимо отметить, что величина фактора повышения производительности во многом зависит от объекта информации, которым располагают власти. Если регулируемая компания имеет "монополию информации" в отрасли, то практически нельзя установить обоснованность понесенных ею затрат и полученной прибыли. Решается эта проблема путем получения информации на основе критериальной конкуренции, которая

существует на локальных рынках обслуживаемых компаниями-монополистами. Это дает возможность использовать показатели деятельности одной фирмы в качестве критерия для оценки работы другой. Разумеется, чем больше схожесть характеристик компаний и условий их функционирования, тем содержательнее сравнение и слабее монополия информации.

Контраргументом тезиса о прозрачности и гибкости регулирования (при установлении тарифов корзины услуг) является возможность допуска перекрестного субсидирования, которое вызывает неэффективное распределение факторов производства, направленное на подавление конкурентов.

Описанные модели имеют много общего:

- отражение в том и другом случае процесса торга между компанией и регулятором;
- идентичность принципов построения систем регулирования, так как в обоих случаях за основу берется определение дохода компании, достаточного для ее развития.

Различие между этими моделями заключается в том, что в одном случае посредством тарифов контролируется норма прибыли, а в другом она фиксируется только на "входе" (т.е. стимулируется минимизация затрат, на которые исчисляется прибыль). В последние годы стали применять модель, совмещающую черты регулирования и нормы прибыли, и тарифа. При такой модели ошибки в определении тарифа в пользу компании не слишком важны, поскольку они корректируются ограничением нормы прибыли. Кроме того, для установления "справедливой" величины данного показателя все шире используются результаты критериальной конкуренции.

Глава 5. ПОРЯДОК ВЕДЕНИЯ И СОСТАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕЕСТРА ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ

5.1. Сущность реестра естественных монополий

Реестр естественных монополий — это список организаций, которые не имеют конкурентов в деятельности. Рассмотрим, что представляет собой реестр субъектов естественных монополий, кто его формирует и каков порядок рассмотрения документов. В соответствии с технико-технологическими особенностями производства, ряд узбекских предприятий не может функционировать в условиях рыночной конкуренции, однако товары, работы и услуги, предоставляемые такими организациями, являются уникальными и незаменимыми (например, природные ресурсы). В связи с этим, им необходимо пройти процедуру регистрации в качестве субъекта естественных монополий (ЕМ). Реестр естественных монополий — это специализированный источник, в котором ведется учет организаций, работающих в условиях естественных монополий. Ответственность за его формирование и функционирование возложена на антимонопольный комитет. Основное назначение данной информационной базы — определение цен и тарифов на услуги ЕМ и контроль вопросов определения таких цен и тарифов. Обновленные по состоянию 2018 списки субъектов ЕМ регулируют следующие направления деятельности: нефтяная промышленность; транспортные услуги; захоронение радиоактивных отходов; энергетический комплекс; природные ресурсы: газ, вода. Поиск по реестру естественных монополий осуществляется по наименованию или ИНН предприятия, по территориальному коду, по типу реестра. В некоторых списках присутствуют подразделы, детализирующие отраслевые особенности. Механизм рассмотрения и принятия решения по включению экономических субъектов в реестр естественных монополий законодательно не установлен. Порядок рассмотрения документов и последующего принятия решения о введении, изменении или прекращении функционирования ЕМ отражены в Указе Кабинета Министров Узбекистана. Реестр естественных монополий

формирует и ведет Антимонопольный комитет в полном соответствии с информационными данными, предоставленными уполномоченными органами исполнительной власти всех уровней, и с заявлениями, полученными непосредственно от самих предприятий, претендующих на включение (изменение, прекращение деятельности) в списки ЕМ. Нормативно-правовую базу, в том числе и вышеуказанный порядок, можно найти на официальном сайте антимонопольного комитета, там же можно скачать реестры субъектов естественных монополий по состоянию на 01.02.2018. Все документы совместно с приложениями и дополнительными сведениями к ним заявитель направляет в ФАС либо электронно, либо посредством почтовых отправлений. Представитель организации также может подать заявление о введении, изменении или прекращении деятельности лично. Надлежащий пакет документов в бумажном виде, который подает организация-заявитель, должен быть пронумерован, завизирован руководителем и закреплен «живой» печатью предприятия.

Если в предоставленной информации с заявлением о включении, изменении или прекращении регулирования содержатся неполные, искаженные или недостоверные сведения, специалисты антимонопольного комитета (АК) возвращают документы организации-заявителю в течение 10 рабочих дней после даты их принятия. Если все поданные сведения корректны и непосредственно относятся к вопросу о введении, изменении или прекращении деятельности субъекта ЕМ, то на их рассмотрение и согласование АК отводит до 6 месяцев с момента поступления. По итогам изучения и анализа документальной базы принимается одно из двух решений приказ о введении, изменении, прекращении госрегулирования деятельности; отсутствие оснований для введения, изменения, прекращения госрегулирования деятельности.

1. Формирование Реестра осуществляется Агентством управление активами Республики Узбекистан по управлению активами (далее - агентство) и его территориальными органами, по товарам, работам и услугам (далее -

товары), производство (реализация) которых осуществляется в условиях естественной монополии по перечню согласно приложению.

2. Ведение Реестра осуществляется Комитетом и его территориальными органами путем внесения в объединенную информационную базу сведений о субъекте естественной монополии и его хозяйственной деятельности, обновления этих сведений, исключения сведений о субъекте естественной монополии из базы.

3. Реестр состоит из республиканского и территориального разделов.

В республиканский раздел Реестра включаются хозяйствующие субъекты, производящие (реализующие) товары в условиях естественной монополии на территории двух и более областей.

Хозяйствующие субъекты, производящие (реализующие) товары в условиях естественной монополии, и входящие в состав органов государственных или хозяйственных управлений, могут вноситься в республиканский раздел Реестра в лице данного органа государственного или хозяйственного управления.

4. Хозяйствующие субъекты, для которых производство (реализация) товаров в условиях естественных монополий не является основной деятельностью, включаются в Реестр при следующих отдельных условиях:

-конечными потребителями товаров естественных монополий являются население и/или бюджетные организации;

-объемы товара естественной монополии, поставляемого потребителям, превышают 10% от объема его производства;

-объемы товара естественной монополии, реализуемые субпотребителям, составляют не менее 10% от объема приобретенного товара.

5. Хозяйствующие субъекты, производящие (реализующие) товары в условиях естественной монополии только для собственных нужд или, в силу сложившихся форс-мажорных обстоятельств, для предотвращения технологических нарушений, аварий либо чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, и осуществляющие реализацию данного товара в

краткосрочные периоды (временной интервал до трех месяцев включительно), не подлежат включению в Реестр.

6. В Реестр включаются субъекты естественной монополии, независимо от их организационно-правовой формы и форм собственности.

7. Субъект естественной монополии, осуществляющий виды деятельности в различных сферах естественных монополий, включается в Реестр отдельно по каждому виду деятельности.

8. Включение субъекта естественной монополии в Реестр осуществляется на основании результатов анализа информации о производстве (реализации) товаров в условиях естественной монополии, полученной от органов государственного и хозяйственного управления, органов государственной власти на местах, общественных объединений потребителей, хозяйствующих субъектов и иных источников.

9. Комитет или его территориальный орган для рассмотрения вопроса о включении в Реестр субъекта естественной монополии направляет ему анкету, форма которой утверждается Комитетом.

10. Субъект естественной монополии не позднее десяти дней с момента получения анкеты заполняет и направляет ее в Комитет или в его территориальный орган.

11. Включение субъекта естественной монополии в соответствующий раздел Реестра оформляется приказом Комитета или его территориального органа.

12. Уведомление о включении в Реестр доводится Комитетом или его территориальным органом до субъекта естественной монополии, включенного в Реестр, и соответствующего финансового органа в пятидневный срок после оформления приказа.

13. Субъект естественной монополии с момента получения уведомления о включении в Реестр в десятидневный срок обращается в соответствующий финансовый орган для утверждения цен (тарифов) или их предельных уровней на производимые (реализуемые) товары в условиях естественной монополии

(кроме тарифов на универсальные услуги почтовой связи) в порядке, установленном законодательством.

14. При изменении места своего нахождения (почтового адреса), организационно-правовой формы, идентификационного номера налогоплательщика субъект естественной монополии обязан в десятидневный срок письменно уведомить об этом Комитет или его территориальный орган.

15. Субъект естественной монополии исключается из Реестра в случае: ликвидации субъекта естественной монополии в порядке, установленном законодательством;

-прекращения субъектом естественной монополии производства (реализации) товаров в условиях естественной монополии, но не ранее чем через три месяца с момента прекращения реализации товаров естественной монополии;

-прекращения государственного регулирования в сфере деятельности субъектов естественных монополий в соответствии с законодательством.

16. Исключение субъекта естественной монополии из Реестра оформляется приказом Комитета или его территориального органа.

17. Уведомление об исключении субъекта естественной монополии из Реестра доводится Комитетом или его территориальным органом до субъекта естественной монополии, исключенного из Реестра, и соответствующего финансового органа в пятидневный срок после оформления приказа.

18. Лица, виновные в нарушении требований настоящего Положения, несут ответственность в соответствии с законодательством.

19. Субъекты естественных монополий в случае несогласия с приказами Комитета и его территориальных органов о включении в Реестр или исключении из Реестра вправе обратиться в суд или в Комитет в порядке, установленном законодательством.

20. Настоящее Положение согласовано с Министерством финансов Республики Узбекистан.

5.2. Электронный реестр субъектов естественных монополий

Антимонопольный комитет представила обновленный и автоматизированный реестр субъектов естественных монополий.

На данный момент это - исчерпывающий список организаций и предприятий, в отношении которых АК осуществляет госрегулирование и контроль для установления тарифов. Сюда относятся естественные монополии на транспорте, в области связи, в сферах водоснабжения, водоотведения с использованием центральных систем и систем коммунальной инфраструктуры, а также захоронения радиоактивных отходов и ТЭК.

Поиск доступен по наименованию организации, индивидуальному номеру налогоплательщика и классификатору предприятий и организаций. В настоящее время реестр работает в тестовом режиме. Кроме этого, в настоящее время ведется работа по формированию набора открытых данных из электронного реестра субъектов естественных монополий. Это позволит выгружать информацию, как массивом, так и отдельными материалами, и формировать на их основе различные информационные выборки, статистические выгрузки и другую актуальную аналитику.

К регулируемым сферам деятельности естественных монополий в Узбекистане до недавнего времени относились добыча нефти, газового конденсата, природного газа и угля; транспортировка нефти, нефтепродуктов и газа по трубопроводам; производство и транспортировка электрической и тепловой энергии; железнодорожные перевозки; услуги общедоступной электрической и почтовой связи; водопроводное и канализационное обслуживание. Как видно, естественные монополии составляют костяк базовых отраслей экономики республики и имеют большое влияние на ее общее развитие. Они являются поставщиками производственного сырья и обеспечивают производственную инфраструктуру для многих других сфер экономики. Ни для кого не секрет, что расходы на газ, электричество и воду заложены в себестоимость чуть ли не всей продукции и услуг народного хозяйства, начиная от спичек и услуг парикмахера до автомобилестроения.

Одновременно монополии имеют неограниченную рыночную власть, позволяющую им навязывать условия ведения бизнеса в других секторах экономики, например, через установку необоснованно завышенных цен, что и оправдывает их регулирование со стороны государства. С развитием в Узбекистане рыночных отношений в сферах естественных монополий все больше проявляется конкурентный потенциал, и это имеет большие перспективы. Иными словами, строительство и содержание сетей трубопроводов, газопроводов, линий электропередач и так далее наиболее эффективно при наличии одного предприятия, а вот использовать эти сети могут несколько предприятий-конкурентов, причем конкуренция здесь ведет к снижению затрат, улучшению качества услуг, повышению их ассортимента. В настоящий момент в нашей стране осуществляется третий этап приватизации, при котором в частную собственность должны перейти многие крупные объекты, осуществляющие свою деятельность, в том числе и в стратегических отраслях экономики. То есть параллельно с приватизацией фактически происходит реформа и в сфере естественных монополий. И здесь очень важно, чтобы не был нарушен баланс интересов общества, государства, зависящего от монополий бизнеса и собственно самих монополий. Для начала хотелось бы обратить внимание на особенность модели регулирования естественных монополий республике - это наличие общего для всех них Закона "О естественных монополиях", чего нет в развитых странах. Органами же государственного регулирования являются Кабинет Министров и уполномоченный им орган. Также надо отметить, что в Узбекистане имеет место разделение полномочий в ценовом регулировании товаров и услуг естественных монополий: Минфин утверждает цены, а государственный антимонопольный орган - контролирует их соблюдение и правильное формирование. Теперь хотелось бы подробнее остановиться на тенденциях и проблемах развития в сферах естественных монополий в Узбекистане. Во-первых, проведенный анализ показал, что не все из сфер, приведенных в законодательстве о естественных монополиях, являются таковыми с

экономической точки зрения. Сферы естественных монополий в республике были определены исходя из структуры функционирования и управления отраслью и их влияния в целом на экономику Узбекистана. Но, в частности, хотя технологически добыча энергоресурсов (нефти, газа и угля), а также производство электрической и тепловой энергии и требуют значительных фиксированных издержек, все же не являются естественно монопольными.

Есть проблемы и в оценке экономической эффективности монопольных структур, поскольку отдельные их единицы являются экономически рентабельными, а другие - нет. Но существующая система лишает возможности внедрения раздельного учета издержек по видам деятельности, что не позволяет выделить среди них те, которые должны стать чисто монопольными, а какие могут быть конкурентными и, следовательно, приватизированными. Проблемным является и само регулирование естественных монополий. Этот процесс подразумевает, что регулирующий орган имеет полный доступ к необходимой информации и способен ограничивать действия монополиста, то есть влиять на цену и объем производства посредством принуждения. На практике же доступ к полной и неискаженной информации может отсутствовать. Есть еще нюансы. Так, несмотря на то, что в законодательстве определено, что Министерство финансов является органом, проводящим ценовую политику, а Госкомитет осуществляет контроль за соблюдением порядка реестра, ценообразования и применения цен (тарифов), прочие контролирующие функции естественных монополий по сей день остаются у них самих.

Глава 6. КЛАССИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ

6.1. Классификация товаров естественной монополии

По условиям формирования монополизма разделяют на два типа: Институциональные и предпринимательский.

Предпринимательский тип монополизма предприятий (фирм) формируется на основе роста концентрации капитала и производства

Институциональные тип монополизма связан с неравными условиями конкуренции, которые создает государство для разных хозяйствующем субъектов.

Перечень товаров, производство которых осуществляется в условиях естественной монополии:

1. В сфере транспортировки нефти, нефтепродуктов и газа по трубопроводу:

-услуги по транспортировке нефти, нефтепродуктов и газа по трубопроводу.

2. В сфере производства и транспортировки электрической и тепловой энергии:

-производство электрической и тепловой энергии;

-услуги по транспортировке электрической и тепловой энергии, в том числе от потребителя (абонента) до субпотребителя (субабонента).

3. В сфере использования инфраструктуры железных дорог:

-услуги технологического комплекса, включающего железнодорожные пути общего пользования, железнодорожные станции, устройства электроснабжения, сети связи, системы сигнализации, централизации и блокировки, информационные комплексы и система управления движением и иные объекты, обеспечивающие функционирование этого комплекса.

4. В сфере услуг общедоступной почтовой связи:

-услуги почтовой связи общего пользования по пересылке письменной корреспонденции (простые, заказные и ценные письма, бандероли, простые и заказные почтовые карточки, а также мелкие пакеты).

5. В сфере водопроводного и канализационного обслуживания:

- услуги по водоснабжению и канализации (отведению и очистке сточной воды), а также транспортировка воды и сточных вод.

6. В сфере услуг авионавигации:

-управление воздушным движением, радиотехническое обеспечение полетов, предоставление авионавигационной информации.

7. В сфере услуг портов:

-услуги по погрузке, разгрузке и хранению грузов (в том числе контейнеров с грузом и порожних);

-услуги по снабжению судов топливом и их техническому обслуживанию на соответствующем участке берега (территории порта) с прилегающим водным районом (акватории порта) и комплексом сооружений и устройств.

8. В сфере услуг аэропортов:

-услуги по обеспечению самолетовылета, обслуживанию пассажиров, обработке грузов, почты и багажа.

9. В сфере услуг транспортных терминалов:

-услуги по погрузке-разгрузке и хранению грузов, осуществляемые хозяйствующими субъектами:

-имеющие доступ к железнодорожным путям (в том числе через аренду), при наличии соответствующих лицензий на осуществление деятельности таможенного склада и оказывающие соответствующие услуги сторонним организациям;

-хлопковые терминалы (образованные в соответствии с решениями Правительства Республики Узбекистан);

-терминалы аэропортов (портов).

Речь идет об установление государством барьеров вхождения в отрасль для других субъектов, в неодинаковых режиме налогообложения,

предоставления субсидий, льготного доступа к производственным и финансовым ресурсам и т. п. То есть государство создает. Неодинаковые правила "рыночной игры" для разных участников. Такой тип монополизма существовал еще на ранних этапах развития капитализма. Так, голландской и английской. Ост-индские компании в начале XVII в. государство предоставила исключительное (монопольное) право на торговлю с Индией. Данные компании существовали в форме реорганизация общестиионерных обществ.

Этот тип монополизма был преобладающим в советской экономике и его остаточные элементы продолжают играть отрицательную роль в условиях рыночной трансформации экономики

По форме существования монополии разделяют на три вида:

- **монополия отдельного предприятия;**
- **монополия как соглашение;**
- **монополия, основанная на дифференциации продукта**

Достичь монопольного положения первым путем нелегко. Это абсолютная монополия, и существует она редко.

Более распространенным видом создания и существования монополии является соглашение нескольких крупных фирм. Оно (соглашение) дает возможность быстро создать ситуацию, когда продавцы (производители) выступают на рынке "единым фронтом", сводят на нет конкурентную борьбу, а покупатель оказывается в безальтернативных условиях.

Монополия, основывающаяся на дифференциации продукта, создает рынок монополистической конкуренции. В зависимости от возникновения различают монополию:

- естественную;
- административную;
- экономическую

Естественная монополия возникает вследствие объективных причин. Она отражает ситуацию, когда спрос на данный товар или услугу лучше всего удовлетворяется одной или несколькими крупными фирмами. В ее основе -

особенности технологии производства или обслуживания потребителей. Здесь конкуренция невозможна или нежелательна, так как при вхождении в отрасль второй фирм издержки на изготовление продукции возрастут. Причиной является "экономия от масштаба"- чем больше произведено продукции, тем меньше ее себестоимость. Это имеет место в таких сферах, как электро-, водо-, тепло-, Газоснабжение, связь, транспорт, почтовые услуги и др. Ликвидация или разукрупнению таких монополий экономически нецелесообразно нецелесообразны.

Естественными монополиями тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальным природными ресурсами. Классический пример такого вида монополий - "Алмазный синдикат" Де-Бирс"

Деятельность естественных монополий, особенно их ценовая и тарифная политика, жестко контролируется государством.

Административная монополия возникает вследствие действий государственных органов. С одной стороны, это предоставление отдельным фирмам исключительного права на исполнение определенного вида деятельности. С другой стороны, это организационные структуры государственных предприятий, объединяющиеся и подчиняющиеся государственным органам (Министерство). Они выступают на рынке как единый хозяйствующий субъект и между ними отсутствует конкуренция. Экономика бывшего Советского Союза относилась к наиболее монополизированным структурам. Более того, существовала абсолютная монополия самого государства на организацию и управление экономикой, которая базировалась на монополии государственной собственности. Государственный монополизм является наиболее опасным и разрушительными для экономических систем.

Экономическая монополия. Появление обусловлено экономическими причинами, она возникает на базе закономерностей хозяйственного развития. Речь идет о предпринимателях, которые сумели завоевать монопольное положение на рынке. К экономической монополии ведут два основных пути.

Первый заключается в успешном развитии предприятия, постоянном росте его масштабов путем концентрации капитала. Второй - намного быстрее - базируется на процессах централизации капитала.

6.2. Формы экономических монополий

Основными организационными формами экономических монополий являются следующие:

- **Картель** - это объединение нескольких предприятий одной сферы производства, участники которого сохраняют собственность на средства производства. Произведенные продукт, производственную и коммерческую самостоятельность, а договариваются. Лишь в доле каждого в общем объеме производства, ценах, рынках сбыт.

- **Синдикат** - это объединение ряда предприятий одной отрасли промышленности, участники которого сохраняют собственность на средства производства, но теряют собственность на произведенный продукт, а значит, теряют коммерческую самостоятельность. В синдикатах сбыт товаров осуществляется общей сбытовой конторой.

- **Трест** - это объединение ряда предприятий одной или нескольких отраслей промышленности, участники которого теряют собственность на средства производства и. Произведенные продукт, т е производственную и коммерческую самостоятельность. Они объединяют производство, сбыт, финансы, управление, а на сумму вложенного капитала. Бывшие владельцы отдельных предприятий получают акции треста, которые дают им право принимать участие в управлении и присваивать соответствующую часть прибыли треста.

В наши дни картели, синдикаты, тресты потеряли свое значение и в чистом виде почти не встречаются.

В современных условиях на основе диверсификации капиталов создаются новые формы монополий - многоотраслевой концерн, конгломерат, консорциум.

-Многоотраслевой концерн - это объединение десятков и даже сотен предприятий разных отраслей промышленности, транспорта, торговли, участники которого теряют собственность на средства производства и. Произведенные продукт, а г главная фирма осуществляет над другими участниками объединения финансовый контроль.

Конгломерат – это огромный промышленный комплекс, в котором под единым финансовым контролем сосредоточены компании, действующие в разных, технологическому. НЕ связанных между собой, сферах. Как правило, конгломераты принадлежат одной фирме и выпускают на одной или нескольких стадиях производства разнородны неконкурентные товары или оперируют на сегментах рынка, которые. НЕ пересекаются. Предприятия при этом имеют т широкую автономию экономической деятельности, управление ими децентрализованное.

Консорциум создается на основе временных соглашений между. Несколько банками и производственными корпорациями для проведения совместных крупномасштабных финансовых операций или осуществления производственных п проектов (размещения крупных займов, строительства морских каналов, портов, трубопроводов и т п). После истечения общих работ консорциум распадается.

Характерными особенностями современного рынка являются объединение, переплетения, взаимопроникновение разнообразных организационных форм монополий, что свидетельствует о дальнейшем развитии, углублены и процессов монополизации современной экономики.

Глава 7. РАЗВИТИЯ ЗДОРОВОЙ КОНКУРЕНЦИЙ В УСЛОВИЯХ СНИЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДОЛИ

7.1. Значение снижения государственной доли в предприятиях

Мировой кризис добавил аргументов сторонникам государственного управления. Но мы понимаем, что Узбекистан отличается от многих других стран еще достаточно большой долей государства в экономике и более серьезным вмешательством в регулирование, в то время как методы такого регулирования, наоборот, отстают от лучших имеющихся аналогов. Наша экономическая политика должна корректироваться в сторону снижения масштабов государственного регулирования, замены регламентации на рыночные механизмы, административного контроля – на страхование ответственности.

Выше говорил о планах приватизации ряда ключевых активов, приватизация носит не фискальный, а структурный характер. То есть мы продаем не только для того, чтобы получить дополнительные деньги в бюджет, а в первую очередь для того, чтобы повысить уровень конкуренции в экономике, расчистить поле для частной инициативы. Но продавать по дешевке, игнорируя конъюнктуру рынка, просто глупо. Ни один хозяин так не поступит.

В обществе много говорят о том, что приватизация 90-х годов, включая залоговые аукционы, была нечестной. И я с этим полностью согласен. Но отъем собственности сейчас, как предлагают некоторые, привел бы просто к остановке экономики, параличу предприятий и всплеску безработицы. Кроме того, многие нынешние собственники этих активов формально являются добросовестными приобретателями. Они не нарушали принятых тогда законов. Многие из них модернизируют предприятия, вводят новые рабочие места, являются эффективными собственниками. Поведение их в период кризиса 2009-2010 годов показало, что существенно выросла и социальная ответственность бизнеса.

Следует также сокращать присутствие крупнейших предприятий и банков с доминирующим участием государства, а также естественных монополий, включая Трансгаз, в капитале других хозяйствующих субъектов, выделить из них непрофильные бизнесы, в том числе – медиахолдинги.

Надо ограничить приобретение госкомпаниями новых активов в Узбекистане. «Киты» не должны мешать нормальному развитию частного бизнеса в своих секторах, оттирать частных предпринимателей от наиболее выгодных проектов.

Непременное условие формирования у нас нормального «капитализма для каждого» – это сохранение и упрочение макроэкономической стабильности. Она, пожалуй, является крупнейшим нашим достижением за последние годы. Мы научились ценить макроэкономическую стабильность и использовать инструменты ее сохранения в самых сложных условиях. Благодаря заблаговременно созданным резервным фондам мы относительно спокойно выдержали натиск первой волны мирового кризиса.

Для формирования «длинных денег» важна уверенность участников экономики в макроэкономической стабильности на годы вперед. Это предполагает, в частности, что бизнес понимает, как государством будут решены острые проблемы бюджетной политики, как будут обеспечены доходами уже принятые расходные решения, а также те, которые необходимы для задач обновления экономики.

В США главную работу по государственному контролю над монополистической деятельностью проводит антитрестовский отдел Министерства юстиции, который наделен полномочиями возбуждать судебные дела против лиц, которые нарушают антитрестовское законодательство. Кроме Министерства юстиции проведение государственного контроля над соблюдением антитрестовского законодательства осуществляет Федеральная торговая комиссия. Вместе с тем следует отметить, что основная нагрузка в проведении этих мероприятий падает на федеральные суды и, в первую очередь, на Верховный суд США, который оценивает законность или

недействительность тех или иных ограничительных условий в договорах или методах хозяйственной деятельности.

В ФРГ государственным регулированием рыночных отношений, которое ведет к смягчению отрицательных последствий чрезмерной монополизации, занимаются так называемые органы по делам картелей. К этим органам относятся Федеральное ведомство по делам картелей, федеральный министр экономики и высшие органы земель. К ним примыкает Комиссия по монополиям, созданная для предоставления заключений о концентрации предприятий в ФРГ.

Деятельность промышленных и профессиональных ассоциаций по составлению для своих отраслей правил конкуренции можно признать в качестве саморегуляции конкурентных отношений частным бизнесом. Органы по делам картелей могут проводить в отношении предприятий, картелей, промышленных или профессиональных ассоциаций административное производство, производство по взысканию административных штрафов или осуществлять расследование. В ходе административного делопроизводства, в частности, решаются вопросы разрешения или запрета картельных договоров, признания договоров о слиянии предприятий недействительными, запрета незаконного поведения доминирующих на рынке предприятий.

Во Франции контроль над монополистической деятельностью возложен на Совет по вопросам конкуренции, Министерство экономики и суды общей юрисдикции. Совет по вопросам конкуренции считается независимым административным органом, на решения которого министр экономики не может налагать «вето». Он выполняет консультативные функции по заказу различных учреждений и организаций, а в определенных случаях сам налагает соответствующие санкции.

Важной составляющей частью контроля над монополистической практикой во Франции является проверка экономической концентрации на рынке. По инициативе министра экономики советом по вопросам конкуренции может быть проверен любой проект о концентрации или любая концентрация

предприятий, способная нанести вред конкуренции, в частности создание или усиление доминирующего положения на рынке.

7.2. Пути снижения государственной доли в отраслях экономики

Нами уже взяты немалые долгосрочные бюджетные обязательства. Прежде всего, в социальной сфере, и мы их намерены неукоснительно соблюдать. Также значительные расходы предстоят в связи с модернизацией наших вооруженных сил. Большие расходы потребуются для развития здравоохранения, образования, для строительства и ремонта дорог. Как мы сможем их обеспечить?

Первое – эффективность расходов. Четкий выбор приоритетов, отказ от всего избыточного. Жесткий контроль за стоимостью и качеством строительства, ценами при госзакупках. А по сути – ликвидация «откатов» при использовании государственных денег как на республиканском, так и на региональном уровнях. Мы должны с этим справиться, и это позволит нам сэкономить, по оценкам, как минимум 5%, а возможно и 10% бюджета – от 1 до 2% ВВП ежегодно.

В закона о антимонопольном комитете предусмотрено обязательное предварительно публичное обсуждение формата государственной закупки и стартовой цены. Считаю необходимым, не дожидаясь введения в действие нового Закона, применить такую процедуру ко всем крупным закупкам, допустим, превышающим миллиард сумов. Давайте задействуем на пользу обществу частный интерес фирм-потенциальных поставщиков. Пусть они вместе с журналистами, вместе с заинтересованными общественными организациями привыкают обсуждать – современно ли заказываемое техническое решение, кто, какие фирмы могут успешно выполнить такой проект, наконец, за какие минимальные деньги это можно сделать.

В бюджетной сфере требуется решительный отказ от инерции, когда мы продолжаем финансировать учреждения вместо социальных услуг, которые они должны предоставлять. Везде, где это возможно, надо перейти на нормативно-

подушевое финансирование, когда деньги закрепляются за гражданами, которые обращаются за услугами, развитие конкуренции. Это еще 10-15% внутренней экономики, за счет которой мы, не изымая эти средства из социальных секторов, сможем повысить зарплаты учителям, врачам, профессорам университетов, обеспечить больных лекарствами.

Второе. Нужна сбалансированная пенсионная система, что снизит уровень трансфертов из бюджета в Пенсионный Фонд.

Третье. Понадобится определенный «налоговый маневр». Мы не будем увеличивать налоговую нагрузку на не сырьевые сектора - это противоречит всей нашей политике диверсификации экономики. Но у нас есть резерв роста налоговых доходов по ряду направлений: дорогая недвижимость, потребление люксовых товаров, алкоголя, табака, сбор рентных платежей в тех секторах, где он пока занижен. Прежде всего - то, что называется дополнительным налогом на богатство, а точнее – на престижное потребление. Основные решения должны быть приняты уже в этом году, с тем чтобы со следующего года владельцы дорогих домов и машин платили повышенные ставки налогов. При этом важно не увлекаться, чтобы под эти меры не попали представители среднего класса.

Большой резерв – в наведении порядка с уходом от налогов через фирмы-однодневки, через офшоры. От этого добросовестный бизнес только выиграет, ему не придется конкурировать с теми, кто процветает на махинациях и обмане государства.

Наряду с этим нам необходимо раз и навсегда отказаться от соблазна подстраивать налоговую систему под растущие расходные обязательства. Такая политика усиливает неопределенность экономической среды для бизнеса, серьезно ухудшая тем самым инвестиционную привлекательность нашей экономики.

Задача номер один - восстановление долгосрочного соответствия между величиной государственных доходов и расходов. Связь между ними ослабла в период кризиса, когда значительные ресурсы выделялись на смягчение

внешних шоков. Это произошло в большинстве стран, сильно затронутых кризисом. Однако именно негативный опыт стран Евросоюза и США ясно показывает, насколько опасно нарушение бюджетной сбалансированности и с экономической, и с социальной, и с политической точки зрения. В Узбекистане проблема усложняется высокой зависимостью доходов государства от цен на золото, нефть и газ.

Конкуренция на монопольном рынке организуется в форме конкурса (аукциона). Его победитель приобретает исключительное право производства в масштабах страны или на локальном рынке. Эффективную конкуренцию за вход на рынок можно организовать не на всяком монопольном рынке. В частности ее ограничивают высокий размер и невозвратный характер издержек по участию в конкурсе, которые поэтому полностью или частично следует компенсировать государству.

Конкурентная борьба за рынок отраслей естественных монополий существует в многих странах. Во Франции эта практика насчитывает более чем столетнюю историю. Еще в 1882 г. был заключен контракт с братьями Перрье, которые обязались поставлять воду в Париж в течение 15 лет. Сейчас около 70% населения снабжается водой частными фирмами. Победитель конкурса получает возможность осуществлять деятельность на правах аренды или концессии. Более распространена аренда, при которой активы (нефтегазопроводная сеть и т.п.) либо принадлежат государству (центральным или местным органам власти), либо создаются за его счет, а содержатся и управляются частной компанией. Повторные конкурсы обычно не ведут к замене арендаторов.

Так, во Франции контракты на водоснабжение постоянно возобновляются с одними и теми же операторами. В НГК конкуренция достаточно редкое явление. Причиной этого является серьезное противодействие конкурентам со стороны компаний-монополистов, занявших прочные позиции на рынке. Примером является компания «Трансгаз» контролирующая всю газотранспортную сеть Узбекистане. При этом «Трансгаз» противится конкуренции либо отказывая в доступе к своей сети либо запрашивая за это столь высокую цену, что потенциальные конкуренты вынуждены отказываться от своих намерений.

Глава 8. ВЛИЯНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ НА КОНКУРЕНТНУЮ СРЕДУ

8.1. Значение конкурентной среды

В современных условиях особо актуализируется и находит реализацию в практике хозяйствования проблема подвижности границ различных типов рыночных структур. Особенно это касается естественной монополии, масштаб производства которой тождественен емкости национального рынка. С 1848 года, когда Джоном Стюартом Миллем была заложена концепция естественной (регулируемой) монополии, произошли существенные изменения условий и механизма ее деятельности. В период 1900–1960 гг. существовал большой диапазон для оперирования понятием «естественная монополия» и в ее сферу входили обширные хозяйственные блоки: энергетический сектор, связь, транспорт, услуги городского хозяйства. Главной задачей функционирования этих секторов, сфер являлось обеспечение социально значимых результатов в условиях, когда невозможно полагаться на конкурентную среду. Сектор экономики, практически свободный от бремени транзакционных издержек, отличался высокой степенью управляемости и прогнозируемости. Особенность целевой функции развития естественных монополий с ориентацией на полное удовлетворение спроса на стандартизированные услуги в условиях заданной технологии их производства обеспечивала эффективность централизованного управления. В конечном счете, результатом такой деятельности стал равный доступ всех субъектов экономики к общественным благам.

Периодический пересмотр договоров на право монопольной поставки услуг усиливает стремление, как самого владельца временной франшизы, так и его потенциальных конкурентов к поиску более экономичных организационных и производственных технологий для того, чтобы предложить на будущих торгах конкурентную цену поставки.

Критерием определения победителя торгов за франшизу может быть не только цена поставки услуг, но и, например, величина запрашиваемых

субсидий (выигрывает тот, кто запрашивает их минимальный размер). Такой критерий был использован в 1996 году в Великобритании в сфере железнодорожных перевозок, которые были традиционно убыточными. Приватизация в этой сфере, по мнению правительства, была неэффективной, поскольку мог бы сократиться объем предложения услуг или резко увеличились бы тарифы. В этой связи правительство решило сохранить субсидии пассажирских железнодорожных перевозок и осуществить торги за франшизу. Основным критерием определения победителя на торгах являлась величина запрашиваемых субсидий.

Опыт организации этих торгов показал ряд неоспоримых достоинств. Во-первых, принцип конкуренции, использованный при проведении торгов, и ограничение срока лицензии позволили обеспечить высокое качество услуг и приемлемую отдачу на вложенные средства (государственные субсидии). Во-вторых, механизм торгов за франшизу способствовал защите интересов пассажиров и налогоплательщиков. Победившая на торгах компания принимает на себя обязательства по обеспечению определенного уровня обслуживания пассажиров. В крайних случаях, если получатель франшизы не в состоянии добиться приемлемых показателей работы, эти права могут быть аннулированы и предложены новому лицу.

С помощью механизма торгов за франшизу удалось избежать негативных последствий дробления железнодорожной сети, в частности сохранить сетевые льготы при приобретении транзитных билетов. Была образована ассоциация компаний пассажирских перевозок с целью содействия кооперации между поставщиками услуг железнодорожного транспорта, обеспечения административной поддержки и выполнения программ взаимодействия между компаниями отрасли. Эти программы представляют собой многосторонние соглашения о сотрудничестве в следующих сферах деятельности: перерегистрация билетов, предоставление билетов прямого сообщения, приобретение билетов других компаний, телефонная справочная служба. Для компаний, получивших франшизу, участие в программах ассоциации является

одним из условий лицензии. В-третьих, при выдаче франшиз учитывается разная эффективность участков железнодорожной сети, и государство может в неодинаковой степени поддержать и регулировать их эксплуатацию. Как результат – сокращается возможность нецелевого использования государственных субсидий.

8.2. Конкуренция политика государства

Экономическим ограничителем конкуренции в естественной монополии является то, что ее существование не покрывает значительных расходов общества на ее введение и поддержку. Ведь присутствие большого количества производителей на рынке будет способствовать пропорциональному сокращению производства каждого из них и, как результат, недоиспользованию основных производственных мощностей. Вследствие этого будут расти тарифы на поставки, что будет иметь негативные последствия для реальных доходов населения.

Ограничению коммерциализации и формированию конкурентного сектора в рамках естественных монополий может способствовать и ряд субъективных факторов. Функционирование нескольких субъектов хозяйствования создает неудобства для непосредственных производителей (например, несколько организаций водоснабжения). Кроме того, сами естественные монополии препятствуют введению рыночной среды

Среди теоретиков и практиков неоднозначно оцениваются последствия коммерциализации естественных монополий. Одни считают, что приватизационные процессы в этой сфере влекут за собой негативные социальные последствия. Во-первых, население привыкло к более или менее стабильным регулируемым тарифам и ценам на блага и услуги, производимые во всех сферах естественной монополии. Коммерциализация, естественно, будет способствовать нарушению этой стабильности, а следовательно, и снижению благосостояния.

Во-вторых, повышение эффективности в рамках монополии сопровождается существенным сокращением производственного персонала. В Великобритании, например, в сфере электроэнергетики число служащих сократилось более чем на 50%. Сокращение персонала требует дополнительных компенсационных мер высвобожденным работникам со стороны правительства, необходимости расходов на их переподготовку.

В-третьих, отрасли естественной монополии созданы на средства налогоплательщиков. Государство же получает право на управление этими отраслями, но не на продажу их, тем более, иностранным инвесторам.

В-четвертых, опыт приватизации и коммерциализации показывает, что при их осуществлении растут трансформационные издержки. Например, при реструктуризации угольной промышленности в Узбекистане образовались многочисленные посредники, которые способствовали росту этих издержек. В этой связи А. Городецкий и Ю. Павленко отмечают, что наиболее обоснованным вариантом реформирования естественных монополий является модель «мягкого» реформирования, в которой предусматривается совершенствование тарифного и иных форм регулирования в сочетании с максимальной «прозрачностью» финансовой отчетности. Авторы убеждены, что естественные монополии – национальное достояние, во многом не имеющее аналогов в мире.

В-пятых, можно предполагать, что при реструктуризации естественных монополий в отдельных отраслях возможно формирование олигополистических структур и местных монополий с последующим захватом рыночной власти. И, наконец, в-шестых, возможно становление «управляемого рынка», на котором государственные структуры тотально управляют субъектами хозяйствования, несмотря на формальную либерализацию. Само государство может стать наиболее серьезной угрозой развитию рыночных отношений в отрасли. Из экономических соображений исходят сторонники коммерциализации и приватизации отдельных сфер естественной монополии. Слишком большой размер естественных монополий, по их мнению, приводит к неоправданно

высоким издержкам. Поэтому потребители вынуждены оплачивать очень большие счета на услуги, предоставляемые субъектами естественных монополий. Дезинтеграция и приватизация должны привести к сокращению издержек и снижению тарифов. Частные поставщики также могут предоставлять и скидки особым слоям населения. Продажа собственности этих монополий позволяет снизить и дефицит государственного бюджета, избежать повышения налогов и даже снизить и отменить некоторые из них. При использовании зарубежного опыта, безусловно, следует учитывать дополнительные сложности, связанные с переходными процессами в постсоциалистических странах, что требует особой гибкости и адаптивности формируемых стратегий реформирования, устойчивости получаемых результатов к динамике экономической ситуации. Следует иметь в виду особый генезис постсоциалистических естественных монополий, сложившихся не в условиях конкурентной среды, а образованных административным путем в централизованно управляемой системе, сращивание функций государственного управления и хозяйствования в рамках единого субъекта. На наш взгляд, когда идет речь об использовании зарубежного опыта коммерциализации и приватизации естественных монополий, то это – прежде всего использование инструментария этих процессов.

Конкурентная политика - это система мероприятий государства по созданию и развитию конкурентной среды, регулированию конкурентных отношений и конкурентной процесса с целью поддержки и поощрения экономической конкуренции, борьбы с отрицательными последствиями монополизма, защиты законных интересов предпринимателей и потребителями.

Стратегической целью конкурентной политики является государственная поддержка эффективной конкуренции и создание равных условий для всех субъектов рыночных отношений. Главная задача конкурентной политики - формирование среды, при которой действия рыночных агентов, нарушающих конкурентные правила, становятся экономически невыгодными

Цель и задачи конкурентной политики объединены со всем комплексом проблем социально-экономического развития в Украине

Государственный контроль за соблюдением конкурентного законодательства, защита интересов предпринимателей и потребителей от его нарушений осуществляется.

Правовой базой конкурентной политики является конкурентное законодательство.

Конкурентное законодательство - это совокупность законов, нормативных и инструктивных документов, которые определяют правовые основы поддержки и защиты экономической конкуренции и ограничение монополизма в предпринимательской деятельности.

Антимонопольный комитет Украины строит свою деятельность на принципах законности, гласности, защиты прав хозяйствующем субъектов на началах их равенства перед законом и приоритета прав потребителей

Таким образом, можно утверждать, что в Узбекистане на сегодняшний день созданы законодательная база и организационные основы осуществления эффективной государственное конкурентной политики. Однако жизнь, углубление рыночных преобразований постоянно выдвигают новые проблемы в сфере конкурентной политики, которые требуют. Иных подходов к их решению. Поэтому ограничение монополизма, поддержка и развитие конкуренций. Должны быть и в дальнейшем важным элементом экономической политики государства.

Фирмы заинтересованы в получении прибылей. Очевидно, что при высокой конкуренции прибыльность падает. В идеальном конкурентной среде все фирмы зарабатывают очень мало, а в пределе доходность фирмы стремится к нулю. Но, так как предприниматели заинтересованы в получении прибылей, они вынуждены постоянно делать что-то лучше (быстрее, выше, сильнее): либо производить товары (или услуги) с меньшими затратами, либо придумывать новые продукты, либо немного видоизменять существующие продукты, либо находить новые ниши. Предприниматели зарабатывают деньги, удовлетворяя,

а иногда даже и предугадывая предпочтения людей. В целом, залогом прибыльности компании (в конкурентной среде) является ее возможность быть более производительной: зарабатывать как можно больше, тратя на это как можно меньше ресурсов. В погоне за конкурентоспособностью фирмы вкладываются в более эффективные средства производства и технологии, поэтому и растет спрос на инновации и науку.

Другими словами, инновации, технологическое развитие, эффективность пользования ресурсами, высокое качество товаров и услуг могут достигаться только на очень конкурентных рынках. Конкуренция обеспечивает увеличение производительности, а производительность, как говорилось выше, есть единственный способ увеличения качества жизни людей.

Чем больше конкуренции, тем богаче страна. Поэтому наличие монополий и низкая конкуренция гарантируют низкий рост доходов населения. Иначе говоря, **чем меньше конкуренции внутри страны, тем бедней ее жители.**

Глава 9. РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

9.1. Сущность и классификация стратегических товаров

Стратегические товары - некоторые виды товаров, сырья, оборудования и технологий, экспорт которых запрещен или находится под контролем государства с целью предотвращения ущерба национальной безопасности. Стратегические товары - сырье, оборудование, ноу-хау, технологии, экспорт которых контролируется, ограничивается (лицензируется) и даже запрещается, чтобы предотвратить ущерб для национальной безопасности и экономики страны - владельца товара или услуги. Распоряжением Правительства Узбекистана, утвержден перечень основных видов стратегического минерального сырья, включающий: нефть, природный газ, уран, марганец, хром, титан, бокситы, медь, никель, свинец, молибден, вольфрам, олово, цирконий, тантал, ниобий, кобальт, скандий, бериллий, сурьма, литий, германий, рений, редкие земли иттриевой группы, золото, серебро, платиноиды, алмазы, особо чистое кварцевое сырье.

Когда государство является основным владельцем предприятий, зачастую **прирожденная неэффективность данных компаний становится причиной перекосов и вмешательства (со стороны государства) в рыночные процессы и ценообразование.** То есть, из-за вмешательства неэффективность даже одной компании приводит к большим экономическим потерям. Например, когда государство владеет автомобильным заводом, неэффективность производственных процессов и высокие издержки приводят к тому, что, компания с помощью административного ресурса вмешивается в рынок.

В случае с «Узавтосаноат»: вместо того, чтобы работать над эффективностью, такая компания создает (лоббирует) барьеры для своих конкурентов в виде таможенных пошлин и других нетарифных ограничений. Проблема, опять же, в стимулах: неэффективное частное предприятие может

обанкротиться и выйти из рынка, а не эффективное государственное предприятие будет налогооблагать граждан за счет высоких цен (и низкого качества) не только на свою продукцию. Граждане платят за все автомобили, — не только местные — больше, чем в других странах. Это достаточно тяжелое бремя для экономики.

Таким образом, большая доля государственных предприятий ведет к сильной и неправильной зарегулированности рынков. Плохо то, что эти регуляторные барьеры ставятся во имя поддержания конкурентоспособности существующих госпредприятий. **Это, естественно, мешает быстрой реаллокации ресурсов из малопроизводительных фирм и неэффективных секторов в высокопроизводительные фирмы, высокоэффективные секторы.** Тем самым один из факторов повышения производительности у нас работает очень слабо, или в каких-то случаях вообще работает контрпродуктивно. **Регулирование не есть зло, но сутью всякого регулирования должно быть увеличение конкуренции и снижения барьеров для входа новых игроков.**

Когда на рынке есть государственное предприятие, смыслом регулирования становятся максимально высокие барьеры для выхода на рынок и, в целом, урон для индустрии. Такое регулирование не может не иметь плохих последствий для благосостояния населения.

9.2. Стратегия и тактика проведения товарной политики

В условиях рынка предприятие самостоятельно принимает решение о выборе стратегии и тактики проведения товарной политики. Каждое предприятие может предложить рынку один товар или несколько его видов, одну или несколько товарных линий, совокупность которых представляет собой товарную номенклатуру, или товарный микс фирмы.

Товарная линия - это группа продуктов либо с тождественными принципами функционирования, либо предназначенных для одних и тех же

категорий потребителей, либо поставляемых через однотипные магазины, либо продаваемых в рамках определенного диапазона цен.

Товарная линия может быть короткой или длинной. Товарная линия называется короткой, если предприятие может увеличить свою прибыль за счет расширения ассортимента продукции, которая входит в товарную линию. Товарная линия называется длинной, если увеличение прибыли, возможно за счет сужения ассортимента.

Увеличение товарной линии осуществляют путем удлинения или наполнения товарной линии.

Удлинение товарной линии, как правило, применяется, когда предприятие ищет новые сегменты рынка и/или пытается изменить ситуацию в конкурентной борьбе в свою пользу. Это достигается благодаря освоению выпуска продукции, не производимой предприятием в настоящее время. Удлинение товарной линии может осуществляться «вниз» (выпуск более простого и дешевого товара), или «вверх» (выпуск сложного и дорогого товара), или одновременно в обоих направлениях.

Наполнение товарной линии осуществляется для более полного использования производственных мощностей и поставок на рынок товаров широкой номенклатуры. Такое увеличение длины товарной линии производится благодаря расширению ассортимента товаров данной линии.

Товарная номенклатура, или товарный микс, как совокупность всех товаров фирмы характеризуется широтой, длиной, глубиной и согласованностью. Широта товарной номенклатуры определяется числом товарных линий предприятия, длина - общим числом конкретных товаров фирмы, глубина - числом вариантов каждого товара определенной товарной линии, согласованность - степенью близости различных линий с точки зрения конечного использования товаров.

Товарная номенклатура должна постоянно находиться под контролем, который необходимо осуществлять на каждой стадии жизненного цикла товара, с тем, чтобы включать в нее продукты, находящиеся на разных стадиях

жизненного цикла. Такая балансировка товарной номенклатуры позволяет обеспечивать стабильный объем сбыта, и постоянство в получении прибыли.

Товарная стратегия разрабатывается на перспективу и может включать три стратегических направления по улучшению привлекательности имеющегося на фирме товарного микса:

- инновация товара;
- вариация товара;
- элиминация товара.

Стратегия инновации товара определяет программу разработки и внедрения новых товаров. Однако выражение "новый товар" имеет самое различное толкование и используется как для обозначения усовершенствования, обновления существующих товаров, так и для характеристики абсолютно новых потребительских благ, которые впервые предоставляются потребителям. Необходимо правильно оценить значимость и назначение инновации, так как от этого зависит качество оценки риска, связанного с ее внедрением

Дифференциация товара представляет собой процесс разработки ряда существенных модификаций товара, которые делают его отличным от товаров-конкурентов.

В отечественной и переводной зарубежной литературе для выражения этого понятия применяются два термина: "дифференциация" и "дифференцирование". По своему содержанию они могут рассматриваться как синонимы, так как в переводе с английского языка "differentiation" означает:

- 1) дифференциация;
- 2) дифференцирование, различие.

С нашей точки зрения, при характеристике явлений и процессов по их функциональному, качественному различиям (что относится и к продукции) более правильно применять термин "дифференциация", а при рассмотрении явлений и процессов во времени и пространстве - термин "дифференцирование" (например, дифференцирование времени работы и т.п.).

Дифференциация основана на улучшении привлекательности товара за счет его разнообразия. Концептуально дифференциация - это разработка различных вариантов товарного предложения на двух уровнях: между конкурентами по однотипным товарам и между товарами одного изготовителя, ориентированными на разные сегменты рынка.

Целью дифференциации товара является увеличение его конкурентоспособности, повышение привлекательности товара за счет учета особенностей отдельных рынков или сегментов рынка, предпочтений потребителей.

В экономике под дифференциацией товара понимают разработку и подготовку к продаже, выводу на рынок вариантов товара, дополнительных к уже имеющимся на рынке. Дифференциация может осуществляться по двум направлениям: сосредоточение на возможностях своего товара (изменение упаковки, цены, вывод на вторичный рынок) и учет характера товарного предложения конкурентов (цена, каналы сбыта, имидж и т.д.).

Ученый Ф. Котлер наряду с дифференциацией товара выделяет также дифференциацию услуг, персонала, каналов распределения и имиджа. Дифференциация товара осуществляется по следующим факторам: дополнительные возможности товара; эффективность использования товара; комфортность; надежность; стиль и дизайн товара.

Дополнительные возможности могут предоставляться предприятием с ориентацией на предложения и потребности потребителей товара или выноситься на рынок как самостоятельно стандартизированный комплекс нововведений в виде дополнительных характеристик и усовершенствований, которые расширяют основную функцию товара. Одним из основных способов изучения дополнительных возможностей является спрос покупателей.

Эффективность использования товара основывается на принципе непрерывного исследования и оценки характеристик предлагаемого товара с учетом потребностей целевого рынка и в сравнении с товарами фирм-конкурентов. Критерием оценки эффективности использования товара является

качество его функционирования, т. е. качество выполнения товаром основной функции в процессе его потребления. Для перспективной оценки эффективности использования товара уровень качества проверяется на длительном отрезке времени. Такое прогнозирование качества исполнения основной функции товара может быть ориентировано на увеличение прибыли и расширение доли рынка за счет постоянного улучшения качества, или за счет поддержания качества на заданном уровне, или за счет понижения с течением времени качества товара. Выбор того или иного варианта поддержания эффективности использования товара зависит от внутренних и внешних условий окружающей среды. Однако в любом варианте в первую очередь должны учитываться не столько цели производителя товара, сколько потребности покупателей.

Надежность товара характеризуется его свойством выполнять заданные функции в заданном объеме при определенных условиях функционирования. Надежность товара - это комплексный показатель функционирования продукта. Она определяется такими показателями, как долговечность, ремонтпригодность, безопасность товара и т. д.

Долговечность товара - это свойство товара сохранять работоспособность до наступления предельного состояния при установленной системе эксплуатационного обслуживания и ремонтов. Долговечность определяет для покупателя предполагаемую продолжительность нормальной эксплуатации, использование товара. При оценке долговечности товара следует учитывать его назначение и обращать внимание на сроки его физического и морального износа.

Ремонтпригодность товара - важнейшая характеристика товара, связанная с возможностью предупреждения и обнаружения причин возникновения его отказов, повреждений и устранения их последствий путем проведения технического обслуживания и ремонтов. Ремонтпригодность товара отражает уровень будущих (после приобретения) в период его эксплуатации затрат потребителя на восстановление работоспособности

вышедшего из строя продукта. Чем меньше забот и затрат потребитель будет иметь при использовании товара, чем выше уровень до- и послепродажного обслуживания, тем выше для потребителя уровень ремонтпригодности товара.

Системная цепочка стратегии включает следующую последовательность действий:

- расширение ассортимента товаров, создание товаров с новыми привлекательными свойствами, более высокого качества; изготавливается опытная партия - одна или несколько, и пробные товары распространяются на рынке по предельно низкой цене при рентабельности не выше 15%;

- первая продажа сопровождается мощной рекламной кампанией в различных СМИ, Internet и др.;

- после достижения эффекта привычки и вкуса покупателей к новым продуктам питания или изделиям так же агрессивно рынок заполняется серийными партиями продукции, создается ажиотажный спрос на высококачественные товары, предлагаемые по очень низкой цене;

- через небольшой срок устанавливаются более высокие цены, обеспечивающие компании рентабельность до 25 - 40%, что позволяет вводить новые технологии и производить собственные инвестиции в сырьевые отрасли; оттока клиентов не наблюдается, так как в данной нише нет альтернативы качественной продукции с новыми потребительскими свойствами;

- экспансия в регионы, при этом в регионах внедряется точно такая же новая технология, что и в центре, туда посылаются ведущие топ - менеджеры, а на местах проводится одновременное обучение местного персонала, причем не временное, а создаются постоянно действующие центры по переподготовке кадров, в регионах проводится аналогичная рекламная кампания.

В системную цепочку входит анализ рынка и информационное обеспечение. С самого начала на основе современных информационных систем создается модель всего бизнес - процесса, и ведущие менеджеры проигрывают на ней все возможные варианты. Особое внимание обращается на обеспечение

наибольшей вероятности достижения экономической безопасности компании в любой ситуации.

Данная стратегия имеет разновидности, связанные с экспансией предложений и одновременным увеличением спроса. По существу, это смешанный вариант двух основных стратегий продвижения продукта, основанный как на экспансии предложения, так и на стимулировании спроса.

Таким образом, в современных рыночных условиях стратегии продвижения продукта многообразны, различные стратегии и их признаки могут принципиально отличаться. Тем не менее основных стратегий три:

1. Стратегия, основанная на стимулировании сбыта;
2. Стратегия, основанная на экспансии предложений новых товаров;
3. Смешанная стратегия.

Глава 10. РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕНДЕРНЫХ И БИРЖЕВЫХ ОПЕРАЦИЙ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ

10.1. Сущность тендерных операций

Тендер проводится субъектом естественной монополии с соблюдением следующих принципов:

- 1) открытость и гласность проведения тендерных процедур;
- 2) обеспечение всем потенциальным поставщикам равных возможностей для участия в тендере;
- 3) добросовестная конкуренция среди потенциальных поставщиков;
- 4) поддержка отечественных товаропроизводителей и отечественных поставщиков работ, услуг;
- 5) оптимальное и эффективное расходование денег, используемых для закупок;
- 6) приобретение качественных товаров (работ, услуг);
- 7) увеличение доли местного содержания в товарах (работах, услугах), закупаемых субъектом естественной монополии;
- 8) контроль и ответственность за принимаемые решения;
- 9) минимизация участия посредников в процессе закупок.

Закупки стратегических товаров субъект естественной монополии осуществляет непосредственно у производителей стратегических товаров, за исключением случаев:

- 1) наличия подтвержденного государственным органом, осуществляющим руководство в области электроэнергетики, дефицита электрической энергии на соответствующем товарном рынке;
- 2) несоответствия субъекта естественной монополии условиям для участия в оптовом рынке электрической энергии, предъявляемым к потребителям;
- 3) закупки электрической энергии на хозяйственные нужды субъектов естественных монополий в сферах передачи и распределения электрической

энергии, электрической энергии с целью компенсации отклонений фактического межгосударственного сальдо-перетока электрической энергии от планового на границе с энергосистемами сопредельных государств;

4) закупки газа у газораспределительных организаций в соответствии с законодательством Республики Узбекистан о газе и газоснабжении;

5) закупки электрической энергии в соответствии с законодательством Республики Узбекистан в области поддержки использования возобновляемых источников энергии.

При этом стратегическими товарами являются — уголь, газ, мазут, дизельное топливо, используемые в качестве топлива для производства тепловой энергии субъектами естественных монополий, электрическая энергия — для субъектов естественных монополий в сферах передачи и распределения электрической энергии, водоснабжения и (или) водоотведения, тепловая энергия — для субъектов естественных монополий в сфере теплоснабжения и для нормативных потерь в сфере передачи и (или) распределения тепловой энергии, газ — для собственных нужд и потерь для субъектов естественных монополий в сфере транспортировки газа или газового конденсата по магистральным и (или) распределительным трубопроводам, покупная вода — для субъектов естественных монополий в сферах водоснабжения, производства тепловой энергии.

Порядок проведения закупок определяется уполномоченным органом, «Правила закупок субъектами естественных монополий товаров, работ и услуг, затраты на которые учитываются при утверждении тарифов (цен, ставок сборов) или их предельных уровней и тарифных смет на регулируемые услуги. Данный порядок не распространяется на случаи проведения закупок:

-в соответствии с законодательством Республики Узбекистан о государственных закупках;

-субъектами естественных монополий, пятьдесят и более процентов голосующих акций (долей участия) которых прямо или косвенно принадлежат национальному управляющему холдингу.

Косвенная принадлежность означает принадлежность на праве собственности или доверительного управления акций (долей участия в уставном капитале) субъектов естественных монополий через последующую организацию национальному управляющему холдингу.

Субъект естественной монополии вправе выступать в качестве единого организатора конкурса для своих аффилированных лиц.

В случаях, установленных законодательством Республики Узбекистан, субъект естественной монополии может осуществить закупки способом из одного источника, тендера с применением двухэтапных процедур, запроса ценовых предложений, в том числе посредством электронных закупок.

Покупка электрической и (или) тепловой энергии у энергопроизводящей организации, использующей возобновляемые источники энергии, осуществляется в соответствии с законодательством Республики Узбекистан в области поддержки использования возобновляемых источников энергии.

Субъект естественной монополии вправе осуществлять закупки товаров (работ, услуг) без проведения тендера в случае, если годовые объемы закупок в стоимостном выражении не превышают предельного размера, установленного Правительством Республики Узбекистан.

Два и более аффилированных лица субъекта естественной монополии не имеют права участвовать в тендере (лоте), проводимом указанным субъектом естественной монополии, за исключением случаев, установленных Правительством Республики Узбекистан.

По требованию участника тендера ему должна быть предоставлена исчерпывающая письменная информация о его результатах и причинах выбора победителя.

Уполномоченный орган вправе до заключения субъектом естественной монополии договора с победителем тендера, проведенного с нарушениями законодательства Республики Узбекистан о естественных монополиях, отменить его результаты и обязать субъект естественной монополии провести повторный тендер.

В случае нарушений субъектом естественной монополии требований о проведении тендера, установленных законодательством Республики Узбекистан, при приобретении товаров (работ, услуг) уполномоченный орган вправе:

1) отклонить заявку субъекта естественной монополии на утверждение тарифов (цен, ставок сборов) или их предельных уровней, если нарушения обнаружены уполномоченным органом в ходе рассмотрения заявки на утверждение тарифов (цен, ставок сборов) или их предельных уровней;

2) инициировать изменение тарифов (цен, ставок сборов) на регулируемые услуги (товары, работы) субъекта естественной монополии или их предельных уровней и принять решение об утверждении временного компенсирующего тарифа для возмещения потребителям убытков, причиненных субъектом естественной монополии, если нарушения, причинившие убытки потребителям, обнаружены уполномоченным органом в период действия тарифов (цен, ставок сборов) или их предельных уровней.

Требования, предусмотренные настоящей статьей, не распространяются на субъекты естественных монополий, осуществляющие закупки балансирующей электроэнергии, электрической энергии на централизованных торгах, спот-рынке в соответствии с законодательством Республики Узбекистан об электроэнергетике, а также на субъекты естественных монополий малой мощности.

Субъектом естественных монополий малой мощности признаются — субъект естественной монополии, осуществляющий реализацию услуг:

— по производству, передаче, распределению и (или) снабжению тепловой энергией от отопительных котельных с общей установленной мощностью до двадцати Гкал/час включительно;

— водоснабжения и (или) водоотведения объемом до пятисот тысяч кубических метров в год;

— по подаче воды для орошения объемом до тридцати миллионов кубических метров в год;

— в сфере подъездных путей объемом до пятидесяти тысяч вагон/км, вагон/час;

— по передаче и (или) распределению электрической энергии объемом до двадцати пяти миллионов кВт·час в год.

К субъекту естественной монополии малой мощности также относится субъект естественной монополии по регулируемой услуге, доход от которой не превышает пяти процентов дохода от всех регулируемых услуг субъекта естественной монополии за один календарный год. При этом по оставшимся регулируемым услугам субъект естественной монополии не относится к субъекту естественной монополии малой мощности.

10.2. Биржевые операции естественной монополий

С точки зрения организационно-правовой формы биржи формируются преимущественным образом в виде акционерных обществ. В то же время это могут быть и товарищества, общества с ограниченной ответственностью, смешанные товарищества и даже частные предприятия.

Биржевая торговля (или трейдинг) – это процесс заключения биржевых сделок.

Аукцион — публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона. Общим для всех аукционов принципом является принцип состязательности между покупателями. В процессе состязания между покупателями за право приобрести товар выявляется победитель аукциона. Победителем аукциона признаётся лицо, выигравшее аукцион в соответствии с его правилами. В этом случае объект приобретает победителем аукциона.

Публичные торги — это продажа имущества или заключение договора подряда или договора об оказании услуг посредством вызова желающих принять участие в торгах. Торги проводятся в форме аукциона или конкурса.

Обязанность проведения публичных торгов в определенных случаях предусмотрена законом.

Чаще всего биржи представляют собой акционерные общества. Их акции не подлежат свободной продаже. Тем самым руководящие органы биржи имеют возможность отбирать желающих стать акционерами по своему усмотрению, не допускать проникновения в акционерное общество случайных лиц. Такой подход в известной степени оправдывается тем, что биржа оперирует многомиллионными суммами, и поэтому риск проникновения в это дело незнакомых, случайных людей с неизвестной репутацией желательно свести к минимуму.

В соответствии с организационно-правовыми формами хозяйствования биржи в своём подавляющем большинстве не относятся к государственным организациям (хотя в принципе возможны и государственные биржи), а представляют собой коммерческие предприятия негосударственных форм собственности. Их доходы формируются в основном за счёт поступлений от клиентов, участников оптовой торговли, проводимой биржей.

Членами биржи могут быть не только граждане своей страны, но и иностранные граждане и организации (юридические лица), которым в законодательном порядке разрешено заниматься предпринимательской деятельностью. Однако не любой человек и не любая организация могут стать членами биржи. Для этого надо соответствовать требованиям её устава и иметь достаточный стартовый капитал, чтобы уплатить весьма крупный паевой взнос или купить почти столь же дорогое брокерское место на бирже. К тому же членом биржи можно стать только по решению биржевого совета. Рассмотрим теперь принципиальную схему функционирования биржи, порядок ведения торгов. При этом следует учитывать, что каждой бирже присущи собственные особенности организации биржевого процесса, которые к тому же постоянно совершенствуются по мере развития биржевого дела.

Биржевые операции вправе осуществлять только члены биржи самостоятельно или через своих уполномоченных, а также биржевые брокеры

по поручению членов биржи. Поэтому клиент, который желает купить или продать свой товар через биржу, должен прежде всего обратиться в брокерскую контору, являющуюся членом этой биржи, и связаться с брокером — приёмщиком заказов. Клиент заполняет бланк-приказ и передает его полномочному брокеру. Все эти предварительные, стартовые операции могут осуществляться вне биржи, в периферийных органах. Лишь после того, как полномочный брокер передает заявку и отдает указание брокеру — исполнителю счетов, она поступает в центральные органы биржи. Все биржевые услуги и операции платные. Клиент биржи обязан сам нести расходы. На многих биржах до начала исполнения заказа клиент должен внести на счёт биржи гарантийный взнос («маржу»), составляющий до 10 % оценочной стоимости предмета сделки. Маржа не используется биржей, а служит залогом исполнения сделки клиентом. Если клиент оплатил положенные по сделке суммы, то он вправе получить маржу обратно.

Принятая биржей заявка поступает в торговую секцию операционного зала, проходя через приёмный пульт и регистратуру, и затем пересылается в биржевое кольцо. Биржей может проводиться предварительная фильтрация заказов на предмет отсева несоответствующих нормативным требованиям или заведомо нереальных.

Собственно торги происходят в биржевом кольце, находящемся в операционном зале. Биржевые брокеры, члены биржи, обладающие правом заключать сделки и имеющие на то заявки от своих клиентов, передают заявки находящемуся в биржевом кольце представителю брокерской фирмы, который непосредственно участвует в торгах. Наряду с брокерами в торге принимают участие в качестве ведущих и фиксирующих сделки биржевые маклеры, входящие в персонал биржи. Участникам торгов принято выдавать карточки разного цвета. Так, брокеры обычно получают синие или красные карточки, а маклеры — зелёные. Помощники брокера чаще всего имеют карточки жёлтого цвета. Из-за того, что в биржевом зале обычно очень шумно, в ходе торгов брокеры и маклеры общаются путём поднятия карточек или жестами (на

биржах существует устоявшийся язык жестов). Обычно торг начинает ведущий маклер с сообщения о товарах, выставленных на продажу. Если сообщение маклера вызвало интерес у присутствующих брокеров, желающих приобрести товар, они подтверждают это, поднимая вверх руку с карточкой. После оглашения всего списка и небольшого перерыва начинается обсуждение предложений брокеров-продавцов. В идеальном случае на предложение откликается заинтересованный брокер-покупатель, то есть контрагент, желающий приобрести всю партию товара. И сделка сразу фиксируется. Если такой вариант не проходит, то обсуждаются встречные предложения брокеров-покупателей об условиях, на которых они согласны приобрести товар или его часть. В случае повторной неудачной попытки заключить сделку она откладывается и рассматриваются следующие предложения.

Приведённое описание торгов чрезвычайно упрощено в целях облегчения восприятия процесса в целом. Реальная процедура торга намного сложнее и разнообразнее. Порядок ведения во многом зависит от вида сделок, а также от установившихся на каждой бирже традиций, уровня оснащённости бирж площадями, помещениями, средствами передачи и отображения информации, вычислительной техникой. Возможны разнообразные ответвления от основной схемы и её вариации. В особенности сказанное относится к вновь возникающим, формирующимся биржам, функционирующим в условиях становления рыночных отношений.

Выступающие в качестве организаторов аукциона специализированные крупные фирмы, представляющие собой торговые монополии, предлагают на аукционах приобретенный, как правило, за свой счет товар. Наряду с этим они принимают для реализации на комиссионных началах продукцию, принадлежащую фирмам-производителям, ассоциациям или кооперативам фермеров.

Специализированные аукционные брокерско-комиссионные фирмы играют ведущую роль в торговле чаем, шерстью, табаком, пушно-меховыми изделиями и другими товарами. Обычно они организуют аукционы и продают

на них товары по поручению своих клиентов за комиссионное вознаграждение. Например, аукционная торговля невытой шерстью в Австралии и Новой Зеландии более чем на 90 % осуществляется брокерскими фирмами. Сделки на этих аукционах осуществляются через брокеров продавца и брокеров покупателя. Все брокеры, осуществляющие аукционную торговлю шерстью в Австралии и Новой Зеландии, объединены в ассоциации брокеров продавца и брокеров покупателя.

Аукционная торговля чаем как в чаепроизводящих странах, так и в Лондоне сосредоточена в основном в руках английских брокерских фирм или их филиалов и дочерних компаний. Иногда они сами скупают товар и выступают на аукционах собственниками товара, но чаще продают чай на комиссионных началах, (фермеры — производители чая — к участию в аукционах не допускаются).

Глава 11. ПОДХОДЫ К РЕГУЛИРОВАНИЮ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИЙ

11.1. Современные подходы к регулированию естественных монополий

Институт проблем естественных монополий (ИПЕМ) опубликовал Меморандум «О необходимости реформирования подходов к регулированию естественных монополий». По мнению ИПЕМ, сегодня необходимо нормативно закрепить долгосрочные параметры и принципы работы естественных монополий, а также существенно повысить качество государственного регулирования. Документ был ранее направлен в местные органы исполнительной и законодательной власти, а также ключевые инфраструктурные компании. В Меморандуме эксперты ИПЕМ отмечают, что ожидаемые эффекты от реформирования естественных монополий – рост экономической эффективности, снижение регуляторно-управленческой нагрузки на государство, как регулятора, улучшение положения потребителей – не были достигнуты в полной мере, а зачастую не достигнуты вовсе. При этом любое ограничение роста тарифов в естественно-монопольных секторах почти никак не облегчало положение потребителей, так как либерализованный сектор почти всегда «добирал» с потребителей то, что не было позволено естественным монополиям. «Таким образом, либерализация внесла дисбаланс в работу инфраструктурных отраслей, а сами отрасли оказались в серьезном системном кризисе. Причина произошедшего – ошибочное целеполагание в ходе реформ», - резюмируют эксперты ИПЕМ. По мнению Института, общей и ключевой проблемой, как показала практика последних 10 лет, является отсутствие единства подходов к регулированию естественных монополий. В связи с этим, главная реформа, которую сегодня предстоит провести, - реформа этих подходов.

Эксперты ИПЕМ указывают, что инфраструктурным отраслям необходимо четкое и явное определение в нормативной базе целей, задач и функций

естественных монополий на долгосрочную перспективу. По сути, все вопросы сводятся к одному: естественные монополии – это бизнес или «собес»? Ответ на этот вопрос и вытекающие из него базовые вопросы об оценке эффективности, постановке задач и источниках финансирования позволит закрепить долгосрочные параметры и принципы работы естественных монополий, в том числе такие ключевые, как минимальные наборы услуг, показатели надежности, качества, доступности.

Однако закрепление долгосрочных параметров и принципов работы естественных монополий – не самоцель, а необходимое условие перехода к реальному долгосрочному тарифному регулированию. При этом, «закрепление взаимных обязательств существенно увеличивает прямые финансовые риски для государства, так как неэффективное долгосрочное регулирование, безусловно, приводит к необходимости оплаты совершенных ошибок из бюджета», - фиксируют в Меморандуме эксперты ИПЕМ. Это, в свою очередь, требует качественно иного уровня государственного регулирования естественных монополий.

С точки зрения ИПЕМ, для решения этой задачи необходимо расширить полномочия регулятора, так как эффективное регулирование требует принятия оперативных мер, например, внесения изменений в нормативные правовые акты, регулирующие деятельность естественных монополий. Также рост эффективности регулирования невозможен без повышения прозрачности естественных монополий.

Повышение эффективности регуляторного процесса, по мнению ИПЕМ, требует и большей вовлеченности потребителей в процесс регулирования деятельности естественных монополий. Однако все предложения как самих естественных монополий, так и потребителей их услуг и регулирующих органов, необходимо качественно оценивать на предмет соответствия целям и задачам государственной политики в инфраструктурных отраслях экономики.

Только при реализации такого комплексного и долгосрочного подхода возможно налаживание сбалансированной регуляторной политики в отношении

естественных монополий, максимально полно учитывающей долгосрочные интересы всех участников», - подводят итог в Меморандуме эксперты ИПЕМ.

Уже многие мировые страны по разным причинам монополизировали свои энергосистемы. Теперь время реформирования энергетики пришло и в Узбекистан. Чтобы не допустить типичных ошибок при монополизации, руководство АО «Узбекэнерго» должно проанализировать опыт проведения этой реформы у других стран и поэтому я приведу как пример проведение реформы, ее преимущества и недостатки в Венгрии и Англии.

1) Венгрия:

Разделение энергосистемы: Энергетика Венгрии разделена на семь независимых генеральных компаний, ориентированных на сбыт и установление тарифов на потребление энергии. В то же время, все АЭС и сети Венгрии находятся под контролем компании MVM, входящей в эту семерку и единственной, принадлежащей государству.

Распределение электроэнергии: Энергия в Венгрии распределяется двумя способами. Первый – с помощью независимых дистрибьюторов, связанных с генеральными компаниями. Второй – с помощью модели Единого Закупщика, то есть предприятием, скупающим энергию у компаний-производителей и продающим потребителям.

Тарифы: Цены на потребление энергии определяют генеральные компании на конкурентной основе. С промышленностью заключают долгосрочные контракты, с мелкими потребителями – наличный расчет.

Преимущества реформы: а) Сильно развитая конкуренция

б) Система Единого Закупщика привлекает инвесторов

в) Доход от продажи акций

Недостатки реформы: а) Большая общая цена на энергию

б) Нет конкуренции в области сбыта

в) Не используются плюсы Единого Закупщика, потому что он оказывается между генеральными компаниями и дистрибьюторами и не способен кардинально изменить тарифы.

Вывод: Венгрия устроила большую конкурентную среду среди частных энергокомпаний, но они установили слишком большую общую монопольную цену и от этого, в первую очередь, страдают потребители.

2) Англия

Разделение энергосистемы: Английская энергетика разделена более, чем на десять приватизированных компаний, каждая из которых не занимает более 10 % рынка производства и сбыта.

Распределение энергии: Как и в Венгрии, большинство распределения энергии приходится на дистрибьюторов. Также к распределению может в любой момент подключиться любая другая компания (распределение – как коммерческая среда).

Тарифы: Устанавливаются по английской общей монопольной системе, но обязательно регулируются государством.

Преимущества реформы: а) Доход от приватизации

б) Отсутствие бюджетного финансирования

в) Низкие тарифы

Недостатки реформы: а) Нет доминирующей энергетической компании

б) Нет условий для менеджмента

Вывод: Английская система реформирования, пожалуй, самая оптимальная из всех мировых стран с монополистической энергетикой. Малейшие отклонения в ценах регулирует государство, установлены низкие цены на потребление. Но такая система не может быть прибыльной, и поэтому в нее не вкладываются деньги.

Кроме регулирования цен определенную пользу – особенно в нашей стране – может принести и реформирование структуры естественных монополий. Дело в том, что в Узбекистане в рамках единой корпорации часто объединяется как производство естественно-монопольных благ, так и производство таких благ,

которые эффективней изготавливать в конкурентных условиях. Это объединение носит, как правило, характер вертикальной интеграции. В результате образуется монополист-гигант, представляющий целую сферу национальной экономики.

В ведении МПС находится как инфраструктура – железные дороги, вокзалы, информационная система, - так и немонопольные виды деятельности – подрядно-строительные и ремонтные организации, предприятия общепита. На балансе министерства находятся целые поселки и города. Суть интенсивно обсуждаемых в нашей стране реформ такова: предлагается развить конкуренцию в тех видах деятельности естественных монополий, где она может быть достигнута. Но очевидно, что разделение естественно-монопольного и потенциально конкурентных секторов не должно быть форсированным и механистичным. Ведь не только конкуренция, но и производственная интеграция имеет свой потенциал снижения издержек.

Тем более тщательной доработки требует идея разукрепления энергетической отрасли путем создания независимых региональных энергосистем. Уровень конкуренции вряд ли повысится, а вот обособленность регионов возрастет. Проводя реформирование узбекских монополистов, следует иметь в виду и их позиции в международной конкурентной борьбе.

В целом, очевидно, что реформы структур, включающих естественно-монопольную сферу, должны осуществляться поэтапно, с большой осторожностью и анализом каждой стадии преобразований.

Наконец, еще одна сложная проблема, касающаяся естественных монополий, относится к их статусу: следует ли этим компаниям быть государственными или частными? Экономическая наука не выбрала однозначного ответа на этот вопрос. Во многих развитых рыночных государствах естественные монополии находятся в общенациональной собственности, но не меньше стран, где они являются частными.

11.2. Методы проведения антимонопольной политики

Ограничительные меры предусмотрены законом "О конкуренции" и применяются антимонопольным органом к хозяйствующим субъектам, которые нарушают антимонопольное законодательство. Это запреты на монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию, на действия органов власти и управления, которые могут неблагоприятно сказаться на развитии конкуренции.

Запреты на монополистическую деятельность подразделяются на запреты, направленные против соглашений, ограничивающих конкуренцию, и запреты на злоупотребление предприятиями своим доминирующим положением. Такие злоупотребления являются наиболее типичным (более 60%) нарушением антимонопольного законодательства.

Нарушителю антимонопольного законодательства было предписано прекратить взимание платы за переключение телефонов, а полученные деньги вернуть абонентам.

Довольно часто встречаются такие нарушения, как навязывание контрагенту невыгодных условий договора, несоблюдение порядка ценообразования, согласованные действия предприятий, направленные на ограничение конкуренции. Мониторинг более 200 цен показал, что свыше трети предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке, завышают цены на товары и услуги.

Закон запрещает устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены, изымать товар из обращения с тем, чтобы создавать или поддерживать дефицит или повышать цену, навязывать контрагенту условия договора, невыгодные для него или не относящиеся к предмету договора, включать в договор дискриминирующие условия, которые ставят контрагента в неравное положение по сравнению с другими предприятиями, препятствовать выходу на рынок (или уходу с него) другим предприятиям, побуждать контрагента отказываться от заключения договоров с отдельными

покупателями (заказчиками), несмотря на то, что есть возможность произвести или поставить нужный товар.

Монопольно высокая цена:

ее устанавливает доминирующий на рынке данного товара хозяйствующий субъект (производитель), чтобы компенсировать необоснованные затраты, вызванные недоиспользованием производственных мощностей, и (или) получить дополнительную прибыль за счет снижения качества товара.

Монопольно низкая цена:

цена приобретаемого товара, установленная доминирующим на рынке данного товара покупателем с целью получить дополнительную прибыль и (или) компенсировать за счет продавца свои необоснованные затраты.

цена, сознательно установленная доминирующим на рынке данного товара продавцом на уровне, приносящем убытки от продажи, для того чтобы вытеснить конкурентов с рынка.

Применение первой концепции осложняется тем, что производственные затраты необходимо устанавливать с учетом того, что производственные мощности могут быть исчерпаны. Но при общем спаде производства в Узбекистане это нереально. Так же нереально выяснить действительную себестоимость, прибыль и рентабельность предприятия в условиях господства бартера и "черного нала". Поэтому предпочтительной оказывается концепция сравнения рынков, в рамках которой антимонопольному ведомству не нужно проверять производственные показатели предприятия-монополиста, достаточно на основе внешних факторов выявить монопольно высокие или монопольно низкие цены.

Сейчас в Узбекистане чаще практикуются монопольно высокие цены, а в странах с развитой конкуренцией - монопольно низкие, иногда даже демпинговые. Монополизм проявляет свое антиконкурентное поведение преимущественно в отношениях с потребителями или поставщиками, а не с конкурентами. Но по мере развития конкуренции повышается вероятность применения монопольно низких цен: мощные многопрофильные компании

благодаря перекрестному субсидированию за счет прибыльности одних секторов могут занижать цены на продукцию других и тем самым блокировать конкурентов. В этой части особенно необходимо контролировать финансово-промышленные группы.

Среди ограничивающих конкуренцию следует выделить, во-первых, соглашения, которые препятствуют доступу других предприятий на рынок; во-вторых, отказы от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями; в-третьих, соглашения по разделу рынка по территориальному признаку или ассортименту реализуемой продукции, по кругу продавцов или покупателей; в-четвертых, ценовые соглашения.

Контроль за усилением экономической концентрации. Наряду с запретами на заключение вредных для конкуренции соглашений и на злоупотребление доминирующим положением для борьбы с ограничением конкуренции применяется контроль за экономической концентрацией. Она возникает:

- В результате создания, реорганизации или слияния предприятий и объединений.

- Когда появляется возможность для группы организаций проводить на рынке согласованную политику. Согласно закону "О конкуренции», если предприятие достигает определенного порога по объему операций, оно обязано получить согласие антимонопольного органа на свои действия (предварительный контроль) или уведомить его о них (последующий контроль).

Предварительно контролируются, во-первых, создание, слияние и присоединение коммерческих организаций, объединений, союзов и ассоциаций, если их активы превышают 100 тыс. МРОТ; во-вторых, ликвидация и разделение (выделение) государственных и муниципальных унитарных предприятий, активы которых превышают 50 тыс. МРОТ, если это приводит к появлению предприятия, доля которого на товарном рынке превышает 35% (за исключением случаев, когда предприятие ликвидируется по решению суда).

Кроме этого, предварительное согласие требуется, когда:

- Лицо (группа лиц) приобретает акции (доли) с правом голоса в уставном капитале хозяйственного общества, если оно (она) получает право распоряжаться более чем 20% таких акций. Это требование не распространяется на учредителей хозяйственного общества при его образовании.

- Одно предприятие (группа лиц) получает в собственность или пользование основные производственные средства либо нематериальные активы другого предприятия и балансовая стоимость имущества, составляющего предмет сделки, превышает 10% балансовой стоимости этих средств и активов предприятия, отчуждающего имущество.

- Лицо (группа лиц) приобретает права, позволяющие определять условия ведения предпринимательской деятельности предприятия или функции его исполнительного органа.

В этих трех случаях предварительное согласие нужно, если суммарная балансовая стоимость активов лиц, участвующих в сделках, превышает 100 тыс. МРОТ, или одним из них является предприятие, внесенное в реестр хозяйствующих субъектов, доля которых на рынке определенного товара превышает 35%, или приобретателем является группа лиц, контролирующая деятельность этого предприятия.

При создании нового хозяйствующего субъекта учредители освобождены от предварительного контроля, однако они должны уведомить антимонопольный орган о создании предприятия в 15-дневный срок после регистрации. В случае, если создание новой фирмы ведет к ограничению конкуренции, МАП может потребовать от учредителей восстановить первоначальные условия. Если же они опасаются антиконкурентных последствий своих действий, то могут обратиться в МАП до регистрации и получить соответствующее заключение.

Новое для узбекского антимонопольного законодательства понятие "группа лиц" конкретизирует взаимоотношения между материнской и дочерней компаниями, т.е. при проведении государственного контроля за сделками

антимонопольный орган рассматривает не только стороны, непосредственно участвующие в сделке, но и те организации, которые контролируют приобретателя или сами подконтрольны ему.

Антимонопольное законодательство не разрешает действия или сделки, в результате которых возможно установление или расширение рыночной власти коммерческой организации, если негативные антиконкурентные последствия не компенсируются повышением ее конкурентоспособности на внутреннем и международном рынках. Поэтому контроль не мешает интеграции узбекских предприятий для конкуренции с зарубежными фирмами.

Создание, слияние, присоединение или ликвидация коммерческих организаций и приобретение акций нередко проходят с нарушением антимонопольного законодательства. Например, администрация Кировской области создала унитарное государственное предприятие, включив в него ранее самостоятельные аптеки, магазины "Оптика", фармацевтическую фабрику, аптечную базу и контрольно-аналитическую лабораторию. "Дори дармон" была наделена функциями государственного управления, контроля и надзора за деятельностью аптечных учреждений независимо от их форм собственности. АК усмотрел в этом нарушение закона "О конкуренции" и предписал ликвидировать незаконно созданную структуру. Мингосимущество приняло решение о разделении "Дори дармон" на самостоятельные хозяйствующие субъекты со статусом юридического лица. Сейчас большинство аптек работает самостоятельно, они увеличили товароборот и расширили ассортимент лекарств.

В целом контрольная деятельность антимонопольного ведомства пока недостаточно эффективна. Оно не привлекает отраслевые министерства к проведению конкурентной политики в отраслях, не имеет следственных полномочий (в отличие, например, от японской Комиссии по добросовестной торговле), ему трудно получать требуемые сведения. Соглашение между АК и Госналогслужбой об обмене информацией и содействии друг другу практически не выполняется. Суды не применяют статью Уголовного кодекса,

в соответствии с которой виновный в установлении монопольных ограничений конкуренции может быть лишен свободы на срок от 2 до 7 лет. Статья не работает еще и потому, что предприниматели не готовы подавать жалобы и взаимодействовать с правоохранительными органами, а антимонопольное ведомство не проявляет активности в подаче исков о таких нарушениях.

Проводимые реформы в области монополии и процесс монополизации экономики имеют существенные **отрицательные последствия:**

- во-первых, монополии подавляют конкуренцию - важную движущую силу экономического прогресса;

- во-вторых, способны увеличивать прибыли, уменьшая объем выпуска продукции и. Повышаем ее цену;

- в-третьих, склонны к искусственно замедлению научно-технического прогресса;

- в-четвертых, склонны к хищническому использованию природных ресурсов и загрязнению окружающей среды;

- в-пятых, разоряют малый и средний бизнес;

- в-шестых, монополизированы средства массовой информации (прессу, радио, телевидение), с помощью которых влияют на сознание населения в необходимом им направлении;

- в-седьмых, осуществляют давление на правительство в поисках неправомερных льгот и привилегий и т.п.

Однако монополии имеют и определенные **положительные черты.**

Благодаря присвоению высоких прибылей монопольные структуры. Имеют больше возможностей финансированы научно-исследовательские работы, внедрять новейшую технику и технологию, осуществлять подготовку и переквалификацию работников. Кроме того, эффект " масштаба производства" крупных предприятий позволяет им производить дешевую и качественную продукцию. Крупные предприятия более устойчивы в условиях кризисов, что уменьшает уровень безработицы и социальное напряжение в обществе в обществе.

Поэтому современная экономическая наука считает, что нельзя отождествлять понятие "монополия" с понятием "крупное предприятие", которое имеет высокую долю производства и реализации продукции монополии ей нужно считать. Лишь то предприятие, которое. Использует рыночную власть - диктует цены на рынке, подавляет конкуренцию и осуществляет другие отрицательные действия. Против таких предприятий-монополистов с целью предотвращения злоупотребления ими своим монопольным положением государство осуществляет антимонопольную политику.

Антимонопольная политика - комплекс мероприятий, направленных на прекращение, предупреждение и ограничение деятельности монополий, а также создание соответствующего законодательства

Первый. Антимонопольный (антитрестовский) закон - так называемые закон Шермана - был принят в США в 1890 г. Позднее закон Шермана был дополнен законом Клейтона (1914 г), законом о Федеральной торговой комиссии (1914 г) и др., которые составили основу антитрестовских законодательства США.

По примеру США в других странах мира также приняли. Антимонопольные законы. Антитрестовское законодательство было принято в Великобритании в 1948 г, во Франции - 1963 г, в Италии - в 1964 г. В странах Восточной Европы антимонопольное законодательство начавшего разрабатывать в конце 80-х годов.

Однако между американской и европейской антимонопольной политикой имеются различия:

- американская направлена, главным образом, против монополии как структурной единицы;

- европейская носит регуляторный характер и направлена, в основном, на противодействие отрицательным проявлениям рыночной власти монополий.

В современных условиях национальный и наднациональный уровни конкурентного законодательства в Европе создаются в условиях

интеграционных процессов в экономике и усиления международной конкуренции. Вплоть стране Европейского Союза действует национальное конкурентное законодательство, скоординированное с общеевропейским. Конкурентная политика ЕС направлена против недобросовестных монополистических приемов на протяжении последних лет конкурентная политика и конкурентное законодательство. ЕС претерпела важные изменения по сравнению с началом 60-х годов XX в, когда формировалась общеевропейская политика в сфере конкуренции. Новые подходы в конкурентной политике основываются больше на экономическом, чем правовом, подходе к содержанию конкуренции и конкурентных отношений.

Антимонопольное законодательство. Японии. Считается "жестким", оно базируется на законе "О запрете частной монополии и обеспечении честных соглашений"

В условиях рыночной трансформации экономики Узбекистана вопрос защиты конкуренции, недопущения злоупотребления рыночной властью монополистических структур является особенно актуальным. Создание конкурентной среды, защита законных интересов предпринимателей и потребителей, регулирование деятельности монополий оказывают содействие формированию цивилизованных рыночных отношений, повышению эффективности функционирования национальной экономики.

Государственные предприятия не могут эффективно заниматься инновациями и увеличением производительности, так как **не имеют возможности правильно выбирать направления развития и инвестиций**. При частном владении предприятиями, собственнику, в погоне за прибылями, приходится искать новые методы развития и новые технологии, дабы быть более эффективным, чем конкуренты. А руководители государственных компаний не сильно заинтересованы в этом, так как их собственник (государство) не может поставить правильные стимулы и, тем более, контролировать их исполнение.

Более того, если госкомпания не работает над повышением эффективности – это не так уж и заметно собственнику, учитывая, что госкомпании редко работают в конкурентной среде. Если и есть какая-то конкуренция, и такое предприятие становится неэффективным, государство все равно придет на помощь.

Инновации и технологии – это в том числе работа с ограниченной информацией. Как государственные монополии, так и частные компании работают с ограниченной информацией. Но отличие в том, что если предприниматель принимает неправильное решение, то только он несет за это ответственность в виде потери прибылей: если же решение принимает государственный чиновник, он не несет финансовой ответственности, и в случае неуспеха рискует деньгами налогоплательщиков.

Пример. На протяжении почти 80 лет в Мексике добычей нефти занималось одно государственное предприятие, объединяющее все государственные активы нефтяной промышленности. Даже в конституцию внесли статью о том, что нефть должна быть государственной собственностью. В итоге, после стольких лет под государственным крылом цена добычи увеличилась настолько, что огромная компания с доступом к большим запасам углеводородов стала очень неэффективной, а конкуренты из других стран, конечно, все это время вкладывались в новые технологии, тем самым оставаясь рентабельными даже при низких [мировых ценах](#). В 2017 году правительство наконец разрешило иностранным компаниям добывать нефть в Мексике.

Конечно, монополия «PEMEX» вкладывалась в развитие технологий, но делала это намного менее эффективно, чем ее конкуренты. В итоге рынок расставил все по местам: высокие издержки заставили правительство признать неэффективность государственного владения, но потерянное время и потерянные доходы, увы, не вернуть.

Глоссарий

Адаптация (аккомодация) – 1) приспособление системы к изменяющимся внешним и внутренним условиям; 2) форма развития организации, обеспечивающая сохранение основных ее функций путем приспособления к изменившимся условиям внутренней и внешней среды.

Адаптация организации – форма развития организации, обеспечивающая сохранение основных ее функций путем приспособления к изменившимся условиям внутренней и внешней среды.

Адаптивная структура управления – структура, позволяющая гибко реагировать на изменения окружающей среды.

Активная часть основных фондов – основные фонды, которые непосредственно воздействуют на предмет труда, перемещают его в производственном процессе, осуществляют контроль над ходом производства (рабочие машины, оборудование, транспортные средства, инструмент и т. п.)

Альтернативные затраты – стоимостная оценка наилучшего из возможных способов использования экономических ресурсов (упущенные возможности).

Амортизационные отчисления – сумма денежных средств, планируемая на полное восстановление производственных фондов, исчисленная по их балансовой стоимости и действующим нормам амортизации.

Амортизационный фонд – целевое накопление денежных средств (амортизационных отчислений) и их последующее использование для возмещения изношенных основных фондов.

Амортизация – постепенное списание первоначальных затрат на вновь созданный продукт для воспроизводства основных фондов по мере их износа.

Анализ хозяйственной деятельности – комплексное изучение хозяйственной деятельности промышленного предприятия, направленное на получение объективных оценок, определение тенденции развития, выявление резервов повышения эффективности промышленного производства.

Антикризисное управление – совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур применительно к конкретной организации.

Аудит – независимая проверка состояния финансовохозяйственной деятельности фирмы.

Балансовая стоимость – затраты на строительство или приобретение основных средств, отраженные в бухгалтерских документах юридического лица.

Балансовый метод планирования – метод планирования, основанный на установлении связей между потребностями в ресурсах и источниками их покрытия.

Бизнес-единица – временно или постоянно обособленная часть организации, ответственная за получение прибыли в ее сфере деятельности.

Бизнес-планирование – новый вид внутрихозяйственного планирования, осуществления инновационных проектов, связанных с созданием фирм и их подразделений, разработкой и поставкой на рынок требуемых товаров и услуг.

Взаимодействие – совместное участие и связь систем (подсистем, элементов) организации в процессе ее функционирования. Различаются непосредственное и опосредованное (косвенное) взаимодействия.

Взаимоотношения «организация – среда» – взаимодействие организации со средой на всех уровнях (от макро до микро) в процессе ее деятельности, рассматриваются в рамках ситуационной организационной теории.

Виртуальная или партнерская структура управления – линейно-функциональная структура, распределенная по местам внеофисного размещения работников.

Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) – производственно – хозяйственная деятельность предприятия, включающая экспорт и импорт товаров, совместное предпринимательство, а также производственную и научно-техническую кооперацию.

Внешняя среда организации – совокупность двух относительно самостоятельных подсистем общей среды: макроокружения и непосредственного окружения.

Внутренняя среда – подсистема общей среды, которая находится в рамках (границах) организации.

Внутризаводской оборот – стоимость продукции, выработанной одними и потребленной другими цехами в течение одного и того же периода времени.

Восстановительная стоимость – стоимость воспроизводства ранее созданных основных фондов в современных условиях, определяется в процессе переоценки основных фондов.

Выживание организации (системы) – предельная (долгосрочная) мера эффективности деятельности организации (системы) во внешней среде.

Выработка – количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени или приходящейся на одного среднесписочного работника.

Выручка от реализации – сумма денежных средств, поступивших на счет предприятия за реализованную продукцию и оказанные услуги.

Выходная мощность – производственная мощность предприятия (цеха, участка) на конец планового периода.

Гибкая, адаптивная или органическая структура – организационная структура, способная сравнительно легко менять свою форму, приспособляясь к новым условиям внешней среды.

Гибкое автоматизированное производство (ГАП) – автоматизированная производственная система, в которой на основе соответствующих технических средств и определенных решений обеспечивается возможность оперативной переналадки на выпуск новой продукции в достаточно широких пределах ее номенклатуры и параметров.

Горизонтальная коммуникация – коммуникация между различными подразделениями одного уровня организации с целью координации действий по достижению поставленных целей.

Горизонт планирования – отрезок времени, на который составляется план.

Горизонтальные отношения – распределение работ и ответственности на одном уровне.

Диверсификация – расширение сфер деятельности или номенклатуры выпускаемой продукции с целью уменьшения степени неопределенности или риска инвестиций.

Дивиденд – часть прибыли акционерного общества, приходящаяся на одну акцию. Выплачивается акционерам пропорционально их взносам в акционерный капитал с учетом номинала акций.

Динамичность среды – скорость одного или нескольких факторов среды.

Дисконтирование – процесс приведения разновременных затрат к одному моменту времени, установление современного эквивалента выплачиваемой в будущем суммы с помощью дисконтирующего множителя.

Естественная монополия – состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства

Износ основных фондов – утрата первоначальной потребительной стоимости основных фондов вследствие их изнашивания и устаревания или потери экономической эффективности и целесообразности использования основных фондов до истечения срока их полного физического износа.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала с целью получения прибыли.

Инвестиционный проект – система планируемых и осуществляемых мероприятий по вложению капитала в создаваемые или модернизируемые материальные объекты, технологические процессы, виды предпринимательской деятельности.

Инжиниринг – сфера деятельности по проработке вопросов создания объектов промышленности, инфраструктуры и др. в форме предоставления на коммерческой основе различных инженерно-консультационных услуг. К основным видам инжиниринга относятся услуги предпроектного, проектного, послепроектного характера, а также рекомендательные услуги по эксплуатации, управлению, реализации выпускаемой продукции.

Иновация (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, воплощенный в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке; нового или усовершенствованного технологического процесса; нового подхода к социальным услугам.

Кадры – совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав.

Календарное планирование – распределение годовых плановых заданий по производственным подразделениям и срокам исполнения, доведение установленных показателей до конкретных исполнителей работ.

Капитальные вложения – вложение средств в новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента и инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты.

Качество жизни – совокупность условий человеческого существования, обеспечивающих получение необходимых жизненных благ, материального богатства и духовных ценностей.

Качество продукции – совокупность свойств и характеристик продукции, которые придают ей способность удовлетворять конкретные потребности покупателя.

Команда (в адаптивных структурах) – особым образом сформированный и управляемый коллектив, самоорганизующийся и перестраивающийся, реагирующий на любую ситуацию и задачу как единое целое.

Коммерческая организация – организация, преследующая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.

Коммуникация – 1) использование слов, букв, символов или аналогичных средств для получения общей или отдельной информации об объекте или событии; 2) обмен информацией при подготовке и обеспечении реализации управленческих решений; 3) связующий процесс, необходимый для любого важного управленческого действия.

Лизинг – разновидность аренды. Вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга юридическим и реже физическим лицам на установленный срок, за определенную плату и в соответствии с условиями, закрепленными договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем.

Ликвидационная стоимость – денежная сумма в виде разницы между доходами от ликвидации активов и расходами на их ликвидацию.

Ликвидность баланса – степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств.

Линейная структура управления – структура построения аппарата управления только из взаимоподчиненных органов в виде иерархической лестницы.

Логистика – наука о планировании, контроле и управлении транспортировкой, складированием и другими операциями, совершаемыми в процессе сырья и материалов производственного предприятия.

Малые предприятия – организации и предприятия различных отраслей экономики, имеющие численность персонала, не превышающую пределы, установленные законодательством.

Монополия- крупная фирма, имеющая решающую роль в какой-либо сфере деятельности илинесколькихтаких сферах. Монополистическая структура рынка возникает, когда от дельный предпринимательзанимает доминирующее положение и контролирует рынок данного продукта и услуг.

Маркетинг – осуществление предприятием мероприятий по изучению рынка и активному воздействию на потребительский спрос с целью расширения сбыта производимых товаров и услуг.

Матричная структура управления – структура управления, сочетающая вертикальные линейные и функциональные связи с горизонтальными.

Международная организация по стандартизации (МОС или ИСО; International Standard Organization, ISO) – неправительственная организация,

созданная в 1946 г. для содействия стандартизации в мировом масштабе, обеспечения международного товарообмена и взаимопомощи, расширения сотрудничества в области интеллектуальной, научной, технической и экономической деятельности.

планирования – состав применяемых методов, способов и приемов обоснования конкретных плановых показателей.

Методология планирования – совокупность теоретических положений, общих экономических закономерностей, современных рыночных требований и признанных передовой практикой методов разработки планов.

Налоговые санкции – денежные взыскания (штрафы), устанавливаемые в размерах, предусмотренных законодательством.

Налоговый период – календарный год или иное время, по окончании которого определяется сумма налога, подлежащая уплате.

Незавершенное производство – незаконченная производством продукция (заготовки, детали, полуфабрикаты), находящаяся на рабочих местах, контроле, транспортировке, в цеховых кладовых в виде запасов, а также продукция, не принятая отделом технического контроля и не сданная на склад готовых изделий.

Некоммерческие организации – организации, основной целью которых не является получение прибыли и ее распределение между участниками.

Невозможность погашения обязательств предприятия.

Несостоятельность (банкротство) – признанная арбитражным судом или объявленная должником неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Неформальная организация – незарегистрированная в государственном органе организация, объединяющая людей, связанных личными интересами, интересами в области культуры, быта, спорта и др., имеющая лидера и не ведущая финансово-хозяйственную деятельность, направленную на получение прибыли.

Олигополия – это рынок, на котором доминирует несколько крупных фирм, т.е. несколько продавцов противостоят множеству покупателей, предлагая как стандартизированную (схожую), так и дифференцированную продукцию.

Объект управления – 1) приемник и исполнитель всего или части управленческого воздействия, представленного в виде набора функций или задач; 2) управляемая часть (элемент) организованной системы, воспринимающий управляющее воздействие со стороны другого элемента – части системы управления.

Оперативно-производственное планирование – система мер, направленных на конкретизацию технико-экономического плана во времени и пространстве.

Операционная система – общая система производственных функций организации, состоящая из трех подсистем: перерабатывающей, обеспечения, планово-контрольной.

Оптимизация планов – выбор наилучшего варианта из множества показателей, которые предусматриваются в реальных производственных условиях.

Оптимизация структуры – приведение структуры организации, ее взаимодействия с рынком и внутренних взаимодействий в состояние, способствующее максимально эффективному достижению целей организации в рамках принятых стратегий.

Организаторская деятельность – создание или усовершенствование механизма управления в соответствии с целями и задачами организационных систем.

Организационная среда – совокупность внутренней и внешней среды организации.

Партия – количество одноименных изделий, которые поочередно обрабатываются на каждой операции производственного цикла.

Пассивная часть основных фондов – основные фонды, которые создают условия для нормального функционирования активной части основных фондов (здания, сооружения и т. п.).

Пеня – денежная сумма, которую налогоплательщик должен выплатить в случае уплаты причитающихся сумм в более поздние сроки по сравнению с установленными.

Первоначальная стоимость – балансовая стоимость основных фондов на момент ввода объекта в эксплуатацию.

Переменные издержки – затраты факторов производства, изменяющиеся в зависимости от объема выпуска продукции.

Период оборота оборотных средств – время, за которое оборотные средства проходят период производства и обращения, т. е. совершают полный кругооборот.

Персонал предприятия – состав работников определенных категорий и профессий, занятых производственной деятельностью (рабочая сила).

Петля качества (спираль качества) – концепту

Потребительская корзина – набор товаров, соответствующих планируемому стандартному уровню потребления.

Потребление – процесс использования результатов производства для удовлетворения определенных потребностей.

Предельная полезность – увеличение общей полезности продукта, вызванное потреблением дополнительной его единицы.

Предложение – объем продукции, которую производитель готов и способен произвести и предложить к продаже по рыночным ценам в течение определенного периода времени.

Предприятие – обособленная специализированная единица, основанием которой является профессионально организованный трудовой коллектив, способный с помощью средств производства производить продукцию (выполнять работы, оказывать услуги) соответствующего назначения, профиля и ассортимента.

Прибыль – конечный доход предприятия от реализации его продукции (работ, услуг) и от других видов производственной и коммерческой деятельности. Разница между выручкой от реализации продукции (без налога на добавленную стоимость и акцизов) и затратами на производство и реализацию продукции.

Принцип непрерывности – принцип рациональной организации процессов, определяемый отношением рабочего времени к общей продолжительности процесса.

Реклама – воздействие на потребителя путем распространения информации о потребительских свойствах товаров с целью создания спроса на них.

Рентабельность изделия – соотношение прибыли и издержек производства продукции.

Рентабельность производства – отношение совокупной прибыли к среднегодовой стоимости основных фондов и оборотных средств предприятия.

Рыночная цена – стоимость товара (работы, услуг), сложившаяся под влиянием соотношения спроса и предложения на рынке.

Сдельная оплата труда – форма оплаты труда, при которой заработная плата работникам начисляется по заранее установленным расценкам за каждую единицу выполненной работы или изготовленной продукции.

Себестоимость продукции – выраженные в денежной форме индивидуальные издержки предприятия на производство и реализацию продукции.

Сертификат соответствия – документ, подтверждающий соответствие сертифицированной продукции, процесса или услуги конкретному стандарту или другому нормативному документу.

Сертификация продукции – деятельность по подтверждению соответствия продукции определенным стандартам и техническим условиям и выдача документов, подтверждающих это соответствие.

Сетевое планирование – форма графического отражения содержания работ и продолжительности выполнения стратегических планов и долгосрочных проектов.

Система – 1) целое, созданное из частей и элементов для целенаправленной деятельности и обладающее новыми свойствами, отсутствующими у элементов и частей его образующих; 2) объективная часть мироздания, включающая схожие и совместимые элементы, образующие особое целое, которое взаимодействует с внешней средой.

Система качества – в международной системе стандартов качества совокупность организационной структуры, распределения ответственности, процессов, процедур и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством. В отечественной практике применяется термин «система управления качеством».

Смета затрат – сводный план всех расходов предприятия на предстоящий период производственно-хозяйственной деятельности в текущем году.

Специальность – вид деятельности в пределах профессии, который имеет специфические особенности и требует от работников дополнительных специальных знаний и навыков.

Списочная численность работников – численность работников списочного состава на определенную дату с учетом принятых и выбывших за этот день работников.

Спрос – количество товаров, которое потребители готовы и в состоянии приобрести по рыночным ценам в течение определенного периода времени.

Среднесписочная численность работников – численность персонала предприятия, определяемая путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный период (включая праздничные и выходные дни) и деления полученной суммы на число календарных дней периода.

Ставка рефинансирования – учетная ставка Центрального банка РУз за использование кредитных ресурсов.

Стандарт – нормативно-технический документ, содержащий комплекс норм, правил, требований к объекту стандартизации (продукции, образцам, эталонам и т. п.).

Товар – любой объект купли-продажи.

Товарное производство – изготовление товаров и оказание услуг не для собственного потребления, а для продажи.

Товародвижение – деятельность по планированию и контролю за перемещением товаров от производителя к потребителю с целью получения прибыли и удовлетворения запросов потребителей.

Точка безубыточности – объем выпуска продукции, при котором достигается равновесие совокупных доходов (выручки) и расходов (издержек).

Традиционная организационная теория – исследует и специфицирует функции подразделений организации в условиях относительно стабильности целей, технологий управления и внешней среды.

Трудоемкость продукции – отношение затрат рабочего времени на производство выпускаемой единицы продукции (работ, услуг) к объему продукции.

Удельная себестоимость – средняя величина затрат предприятия на производство единицы продукции (услуг).

Уставный капитал – основной источник формирования собственных средств организации, первоначально вложенных его собственниками.

Управление производством – выбор основных параметров работы техники и применение технологий, определение объема выпуска продукции или оказания услуг, расстановка людей, организация подачи материалов и комплектующих изделий, инструментов, технической документации, обслуживание и ремонт машин и механизмов, контроль качества и т. д.

Физический износ – утрата основными средствами первоначальной потребительной стоимости, ввиду чего они постепенно приходят в негодность, изнашиваются, устаревают и требуют замены новыми основными средствами.

Финансовое планирование – определение потребности в денежных средствах на осуществление запланированной деятельности, основных источников их поступления и финансовых потоков на предприятии.

Финансово-промышленная группа – диверсифицированные многофункциональные структуры, образующиеся в результате объединения капиталов предприятий, кредитно-финансовых и инвестиционных институтов, а также других организаций с целью максимизации прибыли, повышения эффективности производственных и финансовых операций.

Финансовые (портфельные) инвестиции – вложение средств в ценные бумаги (формирование портфеля ценных бумаг).

Фондовооруженность труда – стоимостный показатель, характеризующий стоимость основных средств, приходящихся на одного работающего.

Фондоотдача – стоимостный показатель, характеризующий выпуск продукции на 1 шт. среднегодовой стоимости основных фондов.

Фонды обращения – часть оборотных средств, функционирующая в сфере обращения и включающая готовую продукцию на складе, товары отгруженные, денежные средства в незаконченных расчетах, а также свободные денежные средства на счетах и в кассе предприятия.

Цена – денежное выражение стоимости товара.

Чистая прибыль – определяется как разность между балансовой прибылью и налогами и процентами по кредиту.

Чистый дисконтированный доход – общая сумма эффекта за весь планируемый срок действия проекта, приведенная к моменту начала осуществления проекта.

Эволюция – в широком смысле – представление об изменениях в обществе и природе, их направленности, порядке, закономерностях; в более узком смысле – представление о медленных, в отличие от революционных, постепенных количественных и качественных изменениях в объекте.

Экономическая эффективность – соотношение между затратами и результатами производственной деятельности предприятия. Предполагает

производство продукта определенной стоимости при наименьших затратах ресурсов или достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости.

Эффективность деятельности организации – совокупность количественных (экономический эффект) и качественных (социальный эффект) показателей, выраженных в производительности управленческого труда.

Эффективность капитальных вложений – показатель, определяемый как отношение эффекта, полученного в результате осуществления капитальных вложений, к их величине. Эффектом могут выступать прирост прибыли или национального дохода, экономия от снижения себестоимости.

Эффективность производства – соотношение результатов хозяйственной деятельности промышленного предприятия и затрат трудовых и материальных ресурсов. Существует система показателей для оценки эффективности производства: производительность, фондоемкость, материалоемкость продукции и обобщающий показатель – рентабельность.

Эффективность объекта (организации) – результативность создания и использования объекта как отношение суммарного полезного эффекта к совокупным затратам за его жизненный цикл.

Эффективность управления (в организации) – результат функционирования организации и процесса управления в виде взаимодействия управляемой и управляющей подсистем, т. е. интегрированный результат взаимодействия компонентов управления.

Экономический ущерб – включает упущенную выгоду, непроизводительные затраты и материальные потери.

Список литературы

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория М: ЮРИСТ, 2001 Воронеж: издательство Борисова, 2015 – 918 с.
2. Государственное регулирование рыночной экономики: Учебник / Издание 2-е, перераб. и доп. Кушлин В.И. – общ. ред. - М.: Изд-во РАГС, 2012. – 832 с.
3. .Гукасян Г.М., Бородин Т.С. Экономическая теория: Практикум. / Под общ. ред. Г.М. Гукасян. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 151 с.
4. Журавлева Г.П. Экономика: Учебник. – М.: Юристъ, 2017.
5. Орешин В.П. Государственное регулирование национальной экономики: М.: Юристъ, 2017. – 272 с.
6. Основы экономической теории и практика рыночных реформ в России: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.М. Загорюлько, О.В. Иншакова, В.Н. Овчинникова. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательская корпорация «Логос», 2017.
7. Розанова Т.Г., Ларина С.Е. Основы экономической теории: Лекции, Схемы. Упражнения: Учебно-методическое пособие. Кн. 1. - С.-Петербург - Калуга, 2017.
8. Конкуренция и антимонопольное регулирование: Учеб. пособие для вузов / С.Б. Авдашева, В.А. Арокин, И.К. Ахлопов и др.; Под ред. А.Г. Цыганова. – М.: Логос, 2016. – 368 с.
9. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство: Пер. с англ. / Под ред. Романова А. Н. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.
10. Козлова М.Ю. Антимонопольное законодательство РФ: Учебное пособие. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. — 84 с.
11. Касьянов Ю.В. Монополия как фактор современной экономики.
12. Волгоград: Издательство ВолГУ, 2015. — 80 с.
13. Микроэкономика. Теория и российская практика. Учебник. Под редакцией А. Г. Грязновой и А. Ю. Юданова, 2017 г.

14. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. Учебник Изд. 2-е Издательство Норма М 2015
15. Тимошина Т.М. Экономическая история России. Учебное пособие. / Под ред. проф. М.Н. Чепурина. – М.: «Информационно-издательский дом «Филинь», 2018.
16. Р. М. Нуреев. Курс микроэкономики. Учебник. Изд. 2-е. Издательство НОРМА. М. 2015 г.
17. Экономика: Учебник /Под ред. доц. Булатова А. С. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство БЕК, 2016. –с. 183.
18. Экономика: Учебник /Под ред. доц. Булатова А. С. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство БЕК, 2017. – с. 190.
19. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Микроэкономика /Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. Лисовика Б. и Лукашевича В. – С-Пб., 2017.

Н.Т. УРМАНОВ

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ

Учебное пособие

“IQTISODIYOT” - 2019

*Редактор
Мирҳидоятова Д.М.*

*Корректор
Матхўжаев А.О.*

Лицензия: №10-4286 14.02.2019г. Подписано в печать 29.09.2019.
Размер бумаги 60x84 ¹/₁₆. Гарнитура Times. Печать офсетная.
Бумага офсетная. Условный печатный лист 9,0.
Тираж 20 экз. Цена договорная.

Отпечатано в ЧП “ZARAFSHON FOTO”.
100066. г. Ташкент, ул. Ислома Каримова, дом 49.