ГОУ ВПО «БАШКИРСКАЯ АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН»

Факультет ГМУ

Кафедра ЭТ и ЭП

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**«Монополии: сущность, классификация, критерии и способы ценообразования, факторы максимизации прибыли»**

Выполнила:

студентка 1 курса

специальности ГМУ

В.И.Веприкова\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель:

канд.экон.наук,доцент

И.К.Полянская\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

УФА-2010

Содержание

Введение 3

1.Теоретико-методологические основы функционирования монопольного рынка 5

1.1.Сущность монополий 5

1.2.Особенности ценообразования 10

1.3.Необходимость регулирования монопольного рынка 16

2.Особенности монопольного рынка в современных условиях 23

2.1.Функционирование современных монополий 23

2.2. Особенности ценообразования современных монополий 26

2.3. Меры по регулированию цен естественных монополий 31

Заключение 39

Библиографический список 42

**Введение**

Выбранная тема является актуальной, т.к. вопрос о сущности монополий, способах их реформирования и государственного регулирования в России приобрел в настоящее время особую значимость. Это обусловлено тесной взаимосвязью монополий с социальной и экономической жизнью общества, их непосредственным влиянием на эффективность деятельности других субъектов экономики. Такое положение монополий обязывает государство проводить взвешенную экономическую политику

Монополия – это исключительное право производства, промысла, торговли и других видов деятельности, принадлежащее одному лицу, определенной группе лиц или государству. Это означает, что по своей природе монополия – это сила, подрывающая конкуренцию и стихийный рынок. Абсолютная монополия, охватывающая всю экономику, полностью исключает механизм свободной рыночной конкуренции. В разных странах и в различные исторические периоды в экономике возникают различные виды монополий: естественные, легальные и искусственные.

В работе рассматриваются проблемы оптимизации выпуска монополией, раскрываются причины существования монополии, политика ценообразований.

Регулированию монополий уделяется большое внимание в разных странах в рамках антимонопольного законодательства. Рассмотрены примеры регулирования естественных монополий в России.

Тема монополий особенно актуальна в России, так как законодательная база в ней ещё очень слабо развита, и для создания и нормального функционирования товарного рынка необходимо учесть фактор естественных монополий.

На современном конкурентном рынке действует достаточно продавцов и покупателей товара, и поэтому ни один продавец или покупатель в отдельности не может повлиять на цену това­ра. Цена определяется рыночными правилами предложения и спроса. Фирмы принимают рыночную цену как заданную, решая, сколько производить продавать, а потребители прини­мают её как заданную, решая сколько купить.

Государственное регулирование играет важную роль в поддержании необходимого уровня конкуренции в экономике. Можно выделить три главных его направления:

-меры, направленные на предотвращение и запрещение монополий:

-государственное регулирование естественной монополии;

-защита компаний от “чрезмерной конкуренции”.

В работе я изучаю вопросы, являющиеся важнейшими для нашей экономики. Долгое время у нас в стране существовала командная экономика. На такие понятия как конкуренция, монополия, естественная монополия не обращали внимания, т.к. монополия являлась, можно сказать, целью тогдашней экономики.

Всё вышесказанное обуславливает актуальность выбранной для исследования темы.

Таким образом, цель данной работы – рассмотреть ценообразование, регулирование цен государством и его эффективность. Предметом данной работы являются монополии. Объектом настоящего исследования является монополии. Субъектом – государственное регулирование ценообразования.

**1.Теоретико-методологические основы функционирования монопольного рынка**

**1.1.Сущность монополий**

Монополия представляет собой сложное, многоплановое явление, поэтому при ее определении целесообразно применять комплексный подход. Как правило, используется троякое определение монополии, а именно монополия определяется как:

-такая рыночная структура или рыночная ситуация, когда имеется только один продавец какого-либо товара (при отсутствии заменителей этого товара) и множество покупателей (не случайно «монополия» в переводе с греческого дословно означает «один продаю»);

-исключительное право на осуществление какого-либо вида деятельности, предоставляемое только определенному лицу, группе лиц, государству;

-крупная компания, корпорация, объединяющая несколько компаний и достигающая благодаря этому положения на рынке определенного товара или группы товаров, когда рынок имеет только одного продавца и множество покупателей .

Монополия как тип структуры рынка обладает следующими особенностями:

- на рынке присутствует только одна фирма и множество покупателей её продукции;

- нет товаров, могущих служить конкурентами тем, которые предлагает эта фирма;

- полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж;

- наличие определенных преград для вхождения на рынок других фирм.

Доминирование на рынке дает возможность устанавливать монопольные цены и получать монопольную прибыль. По монопольно высоким ценам монополии реализуют свои товары, а по монопольно низким покупают нужные товары.

Предприятие может выпускать как один вид продукции, так и много ее видов, но в любом случае оно будет считаться занимающим монопольное положение только по тому виду продукции, для которого полностью отсутствуют производители-конкуренты .

Существуют разные виды монополий, которые можно классифицировать на три основных: естественная, административная и экономическая.

Естественная монополия возникает вследствие объективных причин. Она отражает ситуацию, когда спрос на данный товар в лучшей степени удовлетворяется одной или несколькими фирмами. В ее основе — особенности технологий производства и обслуживания потребителей. Здесь конкуренция невозможна или нежелательна. Примером могут служить энергообеспечение, телефонные услуги, связь и т.д. В этих отраслях существует ограниченное количество, если не единственное национальное предприятие, и поэтому, естественно, они занимают монопольное положение на рынке.

Административная монополия возникает вследствие действий государственных органов. С одной стороны, это предоставление отдельным фирмам исключительного права на выполнение определенного рода деятельности. С другой стороны, это организационные структуры для государственных предприятий, когда они объединяются и подчиняются разным главкам, министерствам, ассоциациям. Здесь, как правило, группируются предприятия одной отрасли. Они выступают на рынке как один хозяйственный субъект и между ними не существует конкуренции. Экономика бывшего Советского Союза принадлежала к наиболее монополизированным в мире. Доминирующей там была именно административная монополия, прежде всего монополия всесильных министерств и ведомств.

Экономическая монополия является наиболее распространенной. Ее появление обусловлено экономическими причинами, она развивается на основе закономерностей хозяйственного развития. Речь идет о предпринимателях, которые сумели завоевать монопольное положение на рынке. К нему ведут два пути. Первый заключается в успешном развитии предприятия, постоянном увеличении его масштабов путем концентрации капитала. Второй (более быстрый) основывается на процессах централизации капиталов, то есть на добровольном объединении или поглощении победителями банкротов. Тем или иным путем или при помощи обеих, предприятие достигает таких масштабов, когда начинает доминировать на рынке. [[1]](#footnote-1)

Объединения предприятий возникает в результате различного типа слияний: горизонтальных, вертикальных и конгломератных.

Горизонтальные слияния представляют собой способ концентрации производства путем объединения родственных предприятий и по сути ведут лишь к перераспределению производственных мощностей. Главной их целью является снижение уровня конкуренции и получение выигрыша от «экономии на масштабах производства».

Вертикальное слияние нацелены на объединение звеньев технологической цепочки от добычи сырья до сбыта готовой продукции под одним контролем, чем обеспечивается надежность доступа к источникам ресурсов, каналам снабжения и сбыта. Чем менее стабильными являются эти условия, тем сильнее стремление предприятий к вертикальной интеграции. Способствуя созданию замкнутых производственных комплексов, вертикальное влияние способствует монопольным проявлениям, и поэтому требуют особого внимания со стороны государства.

Конгломератные слияния представляют собой объединения предприятий различной отраслевой принадлежности совершенно не связанных между собой технологически. По сути это способ диверсификации производства, цель которого - смягчит влияние колебаний рыночной конъюнктуры и облегчить проникновение на новые рынки. Слияния могут происходить как на основе добровольного объединения предприятий, так и путем поглощения одного предприятия другим. В результате в зависимости от особенностей структурной организации, управления и контроля формируются самые разные формы объединений.[[2]](#footnote-2)

Монополия имеет различные формы: корнер, картель, трест, концерн, конгломерат, консорциум , синдикат, отраслевой холдинг и т.д.

Корнер – способ, придуманный немецкими купцами еще в 16 в. Смысл этого метода прост: купцы или производители заключают тайное соглашение о скупке или временном изъятии с рынка какого-то товара, чтобы искусственно создать его дефицит и вызвать рост цен. После чего товар из запасов выбрасывается на рынок, и участники сговора получают повышенный доход.

Картель – соглашение предприятий одной и той же отрасли об объемах продаж, ценах, рынках сбыта, распределении прибыли. Однако картельное соглашение не касалось производственной и тем более снабженческо-сбытовой деятельности предприятия. Регулирование такой монополией осуществляется обычно через квоты и определение областей сбыта. Типичным картелем является Организация стран экспортеров нефти (ОПЕК), включающая 14 стран, добывающих около 70% нефти. Она устанавливает не только единые цены на нефть, но и распределяет квоты на ее добычу.

Трест – форма отраслевой организации, при которой одна крупная компания сосредотачивала либо все производство отрасли, либо его преобладающую часть.

Концерн – многоотраслевой комплекс предприятий, в котором структурные единицы сохраняют свою производственную и хозяйственную самостоятельность, но подчинены единому руководству посредством финансового контроля через систему участий.

Конгломерат – полиотраслевая, многопрофильная структура, основанная на объединении автономных в оперативном отношении предприятий, несущих хозяйственную ответственность за результаты своей деятельности.

Кроме того, существует ряд объединений временного типа, создаваемых для решения определенных задач.[[3]](#footnote-3)

Консорциум – форма временного объединения предприятий, создаваемого для осуществления совместной деятельности с целью решения определенной задачи. Входящие в консорциум предприятия сохраняют полную самостоятельность, подчиняясь общему руководству только в части деятельности, касающийся целей консорциума.

Синдикат – обычно представлен объединением предприятий, характеризующимся тем, что распределение заказов, закупка сырья, реализация произведенной продукции осуществляются через единую сбытовую организацию. Участники синдиката производственно независимы друг от друга, но в коммерческом плане свободой действий не обладают. Организационно-правовая форма, в которой действуют синдикаты, - многогранна. Это может быть акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, полное товарищество и т.п.

Отраслевой холдинг – метод, заключающийся в скупке контрольных пакетов конкурирующих фирм и установлении благодаря этому экономического контроля над ними с целью проведения единой монопольной политики продаж и цен.

Опыт показывает, что монополии, монополизировав определенную отрасль и захватив прочные и монопольные позиции, рано или поздно теряют динамику развития и эффективности. Объясняется это тем, что преимущества крупного производства не являются абсолютными, они приносят увеличение прибыльности только до определенных пор.[[4]](#footnote-4)

**1.2.Особенности ценообразования**

Монопольная цена – особый вид рыночной цены, которая устанавливается на уровне выше или ниже стоимости товара, в целях получения монопольного дохода (чаще всего в форме монопольной сверхприбыли). Такой доход представляет дань, которой они облагают других предпринимателей и население. Чтобы получить сверх прибыль, монополии не проводят никаких улучшений в производстве товаров. Поэтому при установлении выгодных цен для них, они утрачивают экономические стимулы к техническому и иному прогрессу. В противоположность конкуренции, побуждающей к совершенствованию производства, всякая монополия хотя бы временно порождает застой в этом отношении.

Монополии овладевают законами спроса и предложения, устанавливаю два вида монопольных цен. С их помощью образуется механизм монополистического обогащения за счет остальной части общества.

Так, монополистические объединения стремятся сосредоточить у себя значительную часть всех товаров отрасли. Это позволяет устанавливать монопольно высокую цену, превышающую общественно необходимые затраты труда. Одновременно они искусственно создают товарный дефицит, ограничивая выпуск продукции до таких пределов, чтобы спрос на нее превышал предложение. В данном случае, монопольный доход представляет собой разницу между монопольно высокой ценой и стоимостью товара (или равновесной ценой). Естественно, что покупатели теряют часть своего нормального дохода в пользу монополий. Обогащение монополий за счет повышенных цен – одна из решающих причин инфляции.

В данном случае монопольный доход – это разница между стоимостью товара (или равновесной ценой) и монопольно низкой ценой. Он является вычетом из нормального дохода продавцов.[[5]](#footnote-5)

Монополия предполагает, что в отрасли имеется только один производитель, который полностью контролирует объем предложения товара. Это позволяет ему устанавливать цену, которая принесет максимум прибыли. Степень использования монопольной власти в установлении цены будет зависеть от наличия близких заменителей товара. Если товар уникален, то покупатель вынужден платить назначенную цену или отказаться от покупки. Число продуктов, не имеющих заменителей, ограничено.

**200**

**400**

**500**

**600**

**800**

**1**

**2**

**3**

**4**

**MR**

**D=AR**

***Q*, ед.**

***P*, тыс. руб.**

**Рис. 1.** Кривые спроса и предельной выручки в условиях чистой монополии. Цена и предельный доход фирмы-монополиста:

D – спрос; MR – предельный доход.

Фирма в условиях чистой монополии. В этом случае цена не является заданной величиной. Производитель, сталкивающийся с совокупным рыночным спросом, осознает, что чем больше продукции он произведет, тем меньшей будет возможная цена реализации. Кривая спроса (и средней выручки) для монополиста имеет отрицательный наклон (рис. 1). В этом случае, как нам уже известно, предельная выручка будет все время ниже средней. В условиях монополии кривые средней и предельной выручки не совпадают, причем MR < AR, т.е. монополист максимизирует свою прибыль при MR = МС, но в отличие от фирмы, функционирующей в условиях совершенной конкуренции, MR < Р.

.

***E***

***K***

***B***

***D=AR***

***MR***

***0***

***Q1***

***Q***

***P***

***P1***

***MC***

***AC***

**Рис. 2.** Объем

производства *Q*1

обеспечивает фирме максмальную

прибыль.

В этом случае, как нам уже известно, предельная выручка будет все время ниже средней. В условиях монополии кривые средней и предельной выручки не совпадают, причем MR < AR, т.е. монополист максимизирует свою прибыль при MR = МС, но в отличие от фирмы, функционирующей в условиях совершенной конкуренции, MR < Р.

На (рис.2) кривые MR и МС пересекаются в точке Е, которой соответствует выпуск монополистом Q1 единиц продукции. В свою очередь объему выпуска Q1 соответствует точка K на кривой спроса и цена спроса P1.

Фирма – монополист обычно имеет высокую прибыль и это привлекает в отрасль других производителей. Существуют барьеры, препятствующие вступлению в отрасль, например:

1. Эффект масштаба. Высокоэффективное производство с низкими издержками достигается в условиях крупного производства, обусловленного монополизацией рынка. Новым конкурентам трудно войти в такую отрасль, т.к. это требует крупных капиталовложений. Доминирующая фирма, имея более низкие издержки производства, в состоянии на время снизить цену продукции, чтобы уничтожить конкурента.

2. Исключительные права. В ряде стран Европы и Америки правительство предоставляет фирмам статус единственного продавца (транспортные услуги, связь, газоснабжение). Но взамен на эти привилегии правительство сохраняет за собой право регулировать действие таких монополий, чтобы исключить злоупотребление властью, защитить интересы немонополизированных отраслей и население.

3. Патенты и лицензии. Правительство гарантирует патентную защиту новым продуктам и производственным технологиям, что обеспечивает производителям монопольные позиции на рынке и на определенный промежуток времени гарантирует их исключительные права.

4. Собственность на важнейшие виды сырья. Некоторые компании являются монополистами благодаря безраздельному владению источниками производственного ресурса, необходимого для производства монополизированного продукта. [[6]](#footnote-6)

Перед монополистом стоит также задача максимизации прибыли. Обозначим обратную кривую рыночного спроса через p(y), а функцию издержек через с(y). Пусть r(y)=p(y)y- функция общего спроса монополиста. Тогда задача максимизации прибыли для монополиста принимает вид

Max r(y) – c(y).

Условие оптимума для этой задачи очевидно: в точке оптимального выбора объема выпуска предельный доход должен равняться предельным издержкам. Если бы предельный доход был меньше предельных издержек, фирме выгодно было бы уменьшить выпуск, поскольку экономия на издержках более чем компенсировала бы потерю дохода. Если бы предельный доход был больше предельных издержек, фирме выгодно было бы увеличить выпуск. Единственная точка, в которой у фирмы нет стимула менять объем выпуска, - это точка, в которой предельный доход равен предельным издержкам.

Алгебраически условие оптимизации можно записать как

MR=MC

Линейная кривая спроса и монополия:

Предположим, что монополист сталкивается с линейной кривой спроса

P(y) = a-by.

Тогда функция общего дохода имеет вид

r(y) = p(y)y=ay – by2 ,

а функция предельного дохода:

MR(y) = a – 2by.

Кривая функции предельного дохода пересекает вертикальную ось в той же точке а, что и кривая спроса, но наклон ее вдвое больше. Это позволяет легко нарисовать кривую предельного дохода. Мы знаем, что эта кривая пересекает вертикальную ось в точке а. Чтобы найти ее пересечение с горизонтальной осью, просто возьмем половину отрезка, образованного пересечением кривой спроса с горизонтальной осью. Затем соединим эти две точки пересечения прямой. Кривая спроса и кривая предельного дохода изображены на рис. 3.

Рис 3

ВЫПУСК

y\*

a

AC

MC

MR

(наклон=-2b

Спрос

(наклон-b)

Прибыль=п

Цена

Монополия с линейной кривой спроса. Объем выпуска, максимизирующий прибыль монополиста, соответствует точке, в которой предельный доход равен предельным издержкам.

Оптимальный объем выпуска y\* имеет место там, где кривая предельного дохода пересекает кривую предельных издержек. В этом случае монополист назначает максимальную цену, которую он может получить при данном объеме выпуска p(y\*). Это дает монополисту общий доход в размере p(y\*)y\*, вычитая из которого общие издержки c(y\*)=AC(y\*)y\*, получаем прибыль, представленную на графике площадью прямоугольника.

**1.3.Необходимость регулирования монопольного рынка.**

В странах, с развитыми рыночными экономиками, современная концепция регулирования монополий предполагает, что применение государственного регулирования считается оправданным в тех случаях, когда определенный товар (услуга) производятся единственным экономическим субъектом при условии, что конкуренция между аналогичными предприятиями невозможна по технологическим и или экономическим причинам, и рост объема производства единственного субъекта сопровождается снижением удельных издержек (экономия на масштабах).

Несмотря на наличие технической эффективности концентрации производства в руках одного предприятия, практика рынка выявляет немало фактов злоупотребления монопольным положением в форме завышения издержек или вздувания прибыли, что сводит на нет социальный эффект от экономии на масштабе из-за диктата неоправданно высоких цен. При этом подобные злоупотребления зачастую чрезвычайно трудно распознать извне в силу того, что реальное положение дел монополиста является, как правило, тщательно скрываемой информацией.

Ввиду того, что монополии, как правило, производят продукцию, необходимую для нормального функционирования большинства предприятий и составляющую значительную часть потребляемых ими ресурсов, неплатежи за продукцию монополий выливаются в кризис неплатежей в масштабах экономики государства. Распространение неплатежей - результат ценовой дискриминации естественных монополий и других экономических структур, обладающих влиянием на рынке и не стесненных в своей деятельности регулирующим воздействием государства.

Необходимость регулирования цен в монополиях обусловлена не только отрицательными последствиями монопольного поведения. Существует и обратная сторона медали: разумная дифференциация цен на продукцию естественных монополий может служить мощным инструментом экономической политики государства, позволяющим регулировать хозяйственную активность различных отраслей и сглаживать ее сезонные колебания. Иными словами, механизм воздействия на экономику через систему регулируемых цен является эффективным дополнением к фискальной макроэкономической политике.

Можно выделить следующие основные задачи государственного регулирования цен в монополиях:

* обеспечение баланса интересов потребителей (доступные цены) и регулируемых предприятий (финансовые результаты, привлекательные для кредиторов и инвесторов);
* определение структуры тарифов на основе принципов справедливого и эффективного отнесения издержек на тарифы для различных типов потребителей;
* стимулирования предприятий отраслей-естественных монополий к сокращению издержек и излишней занятости, улучшению качества обслуживания, повышению эффективности инвестиций и т.д.
* использование возможностей ценовых механизмов регулирования при проведении стабилизирующей макроэкономической политики.
* управление развитием экономики в регионах. [[7]](#footnote-7)

Положительные стороны монополизации экономики:

1)Эффективность производства.

Отношение общества и государства к различным формам несовершенной конкуренции всегда двойственно вследствие противоречивой роли монополий в экономике страны. С одной стороны, монополии могут ограничить выпуск продукции и установить более высокие цены в силу своего монопольного положения на рынке, что вызывает нерациональное распределение ресурсов и обусловливает усиление неравенства доходов. Монополия, безусловно, снижает жизненный уровень населения за счет более высоких цен. Далеко не всегда фирмы-монополисты используют в полной мере возможности для обеспечения НТП. Дело в том, что монополии не имеют достаточных стимулов для повышения эффективности за счет НТП, т.к. нет конкуренции.

С другой же стороны, существуют очень весомые аргументы в пользу монополий. Продукция монополистических компаний отличается высоким качеством, что и позволило им завоевать господствующее положение на рынке (кроме, однако, "естественных монополий", не всегда по праву получающих доступ к той или иной деятельности на рынке). Монополизация воздействует на повышение эффективности производства: только крупная фирма на защищенном рынке обладает достаточными средствами для успешного проведения научных исследований и разработок.

Вместе с тем не следует преувеличивать роль монополий в обеспечении научных исследований и опытно - конструкторских разработок. Практика свидетельствует, что многие крупные открытия в науке и технике осуществляются сравнительно небольшими, так называемыми венчурными (англ. venture - рискнуть) компаниями. На этой основе могут возникнуть крупные фирмы (великолепный пример - Microsoft, имевшая в 1981 году численность 100 сотрудников в США, ныне имеющую 16400 сотрудников в 49 странах, рыночную стоимость порядка $40 млрд. и годовой оборот $5 млрд.).

Кроме того, крупные масштабы производства позволяют снижать издержки и в целом экономить ресурсы. Так, повышение цен на нефть в результате действий стран ОПЕК крайне негативно сказалось на издержках во многих отраслях американской промышленности. Лишь использование крупными компаниями результатов научных исследований позволило перейти к топливосберегающим технологиям и снизить издержки.

Не следует также забывать и того, что крупные монополистические объединения (особенно межотраслевые, такие как металлургический завод, мгновенно ставший известным завод холодильников "Стинол", сборочный завод бытовой электроники) в случае экономического кризиса держатся дольше всех и раньше всех начинают выходить из кризиса, тем самым сдерживая спад производства и безработицу.

Учитывая двойственный характер монополистических объединений, правительства всех стран с капиталистически ориентированной экономикой стараются в какой-то мере противостоять монополизму, поддерживая и поощряя конкуренцию.

2) Влияние на конкуренцию.

Может показаться, что монополия и конкуренция совершенно несовместимы друг с другом. Ведь монополия способна устранить свободную конкуренцию, а конкуренция подрывает чье-либо господство на рынке.

Монополия находится в сложной противоречивой взаимосвязи с конкуренцией. Уже тот факт, что производство и реализация какого-либо продукта захвачены монополистической группой крупных предпринимателей, получающих от этого большую выгоду, вызывает острое соперничество – стремление других бизнесменов получить тот же выигрыш. С другой стороны, если какой-то предприниматель стремиться победить своих соперников, то он добившись своей цели, начинает господствовать на рынке. Вывод: монополия порождает конкуренцию, а конкуренция – монополию.

Имеется значительное число предприятий, которые не входят в монополистические объединения и ведут тяжелое противоборство с ними. В каждой стране монополии встречают в числе конкурентов иностранные компании, приникающие на внутренний рынок.

Конкуренция (лат. «конкурро» - сталкиваться) – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Такое столкновение неизбежно и порождается объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого производителя, его полной зависимостью от коньюктуры рынка, противоборством со всеми другими товаровладельцами в борьбе за покупательский спрос. Рыночная борьба за выживание и экономическое процветание - экономический закон товарного хозяйства.

3) Снижение цен.

Высокие цены, по которым в монопольной отрасли сбывается основная масса выпущенной монополиями продукции, позволяют и немонополизированным предприятиям часто реализовать свои изделия по столь выгодным ценам. А в итоге соперничество между монополиями, так и конкуренция между последними и немонополизированными предприятиями ведут к некоторому снижению отраслевых цен.

4) Развитие малого и среднего бизнеса.

В США мелкими и средними фирмами производится около половины валового национального продукта (ВНП), они создают больше половины рабочих мест. Их продукцию закупают крупные монополии, предпочитающие не рисковать при освоении новинок науки и техники. Таким образом, монополии содействуют развитию малых предприятий.[[8]](#footnote-8)

Отрицательные факторы монополизации экономики:

1)Влияние на рыночные отношения.

Без ликвидации монополии в сфере производства и обращения ни о каком рынке речь идти не может, так как монополизм и рынок - вещи взаимоисключаимые.

В условиях чистой монополии все проводимые рыночные меры гипертрофируются, а иногда приносят результаты, абсолютно противоположные ожидаемым. Так, в недалеком прошлом, либерализация цен свелась к простому их повышению, укреплению позиций предприятий-монополистов, которые даже при сокращении объемов производства решают свои проблемы за счет конечных потребителей. В монополизированной экономике отсутствует корректная конкуренция, саморегуляция, а стало быть, и рыночная среда.

Монополизация тормозит структурную перестройку, поскольку отсутствует мотивация к труду, накоплению, расширению, обновлению, к технической реконструкции производства, что в конечном итоге приводит к физическому и моральному старению фондов и их «проеданию». Монополия тормозит научно-технический прогресс, приводит к застою во всех областях жизнедеятельности общества, к полной беззащитности потребителя.

В нашей стране исследования проблем монополии и путей ее ликвидации находятся на первоначальном этапе. Отсутствуют какие- либо масштабные работы по данной проблеме.

2) Монопольная цена.

Монопольная цена – особый вид рыночной цены, которая устанавливается на уровне выше или ниже стоимости товара, в целях получения монопольного дохода (чаще всего в форме монопольной сверхприбыли). Такой доход представляет экономическую реализацию господства монополистов на рынке, проще говоря - это дань, которой они облагают других предпринимателей и население. Чтобы получить сверхприбыль, монополии не проводят никаких улучшений в производстве товаров. Поэтому при установлении выгодных цен для них, они утрачивают экономические стимулы к техническому и иному прогрессу. В противоположность конкуренции, побуждающей к совершенствованию производства, всякая монополия хотя бы временно порождает застой в этом отношении.

Монополии овладевают законами спроса и предложения, устанавливают два вида монопольных цен. С их помощью образуется механизм монополистического обогащения за счет остальной части общества.

Так, монополистические объединения стремятся сосредоточить у себя значительную часть всех товаров отрасли. Это позволяет устанавливать монопольно высокую цену, превышающую общественно необходимые затраты труда. Одновременно они искусственно создают товарный дефицит, ограничивая выпуск продукции до таких пределов, чтобы спрос на нее превышал предложение. В данном случае, монопольный доход представляет собой разницу между монопольно высокой ценой и стоимостью товара (или равновесной ценой). Естественно, что покупатели теряют часть своего нормального дохода в пользу монополий. Обогащение монополий за счет повышенных цен – одна из решающих причин инфляции.[[9]](#footnote-9)

Монополия стремится также быть единственным покупателем определенного продукта. Они искусственно ограничивают на какое-то время свои закупки, добиваясь того, чтобы предложение товаров со стороны продавцов превышало спрос со стороны монополий. Это позволяет установить монопольно низкую цену, уровень которой не достигает общественно – необходимых затрат труда. В данном случае монопольный доход – это разница между стоимостью товара (или равновесной ценой) и монопольно низкой ценой. Он является вычетом из нормального дохода продавцов.

Именно таким путем происходит ограбление капиталисти­ческих предпринимателей и мелких товаропроизводителей стран Азии, Африки и Латинской Америки: иностранные монополии, закупают у них дешевое сырье, монополии добиваются такой динамики цен, чтобы увеличивался разрыв между ценами на продаваемые и покупаемые товары, именуемый «ножницей цен».

В нашей стране «ножницы цен» использовались в период индустриализации и технического перевооружения промышленности. Государство устанавливало относительно высокие цены на промышленные товары и низкие цены на сельскохозяйственную продукцию, что нанесло большой ущерб экономике села. Высокий уровень мо­нополизации во всех сферах народного хозяйства противодей­ствует созданию механизма рыночно­го ценообразования. Это наглядно проявилось в условиях либерализации цен, которые оказались на словах свободными, а на деле монопольными, которые вышли из-под контроля.

**2.Особенности монопольного рынка в современных условиях**

**2.1. Функционирование современных монополий**

Особое и значительное место в экономике России занимают естественные монополии. Естественная монополия - это отрасль, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимум только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок целиком.

Три главных естественных монополиста России:

* РАО “ЕЭС” (производство электроэнергии, услуги по передаче электроэнергии по высоковольтным линиям передач);
* ГАЗПРОМ (транспортировка газа по трубопроводам, реализация природного газа);
* МПС (железнодорожные перевозки);

Четвертым можно назвать “Ростелеком” (услуги междугородной и международной электрической связи).

Предприятия-монополисты злоупотребляют своим особым положением устанавливая либо монопольно высокие, либо монопольно низкие цены. Сейчас в России практикуются монопольно высокие цены, а в странах с развитой конкуренцией – монопольно низкие, иногда демпинговые. Мониторинг более 200 цен показал, что свыше 1/3 предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке, завышают цены на товары и услуги.[[10]](#footnote-10)

Как правило, монопольно высокой ценой компенсируются необоснованные затраты предприятий.

Анализ затрат предприятий-монополистов выявил две причины их роста:

1. отсутствие конкурентного давления на норму прибыли ведет к более слабому контролю над расходами;

2. искушение получить монопольную сверхприбыль может стимулировать увеличение расходов на усиление и защиту монопольного положения.

В условиях современной российской экономики монопольная рыночная власть реализуется прежде всего за счет раздувания издержек, а не получения дополнительной прибыли, о чем свидетельствует превышение индекса затрат на оплату труда и прочих затрат на производство над индексом инфляции.[[11]](#footnote-11)

Помимо ценовых злоупотреблений в российской экономике наблюдаются примеры дискриминирующего поведения по отношению к конкурентам. Например, администрация Кировской области создала унитарное государственное предприятие “Кировфармация”, включив в него ранее самостоятельные аптеки, магазины “Оптика”, фармацевтическую фабрику, аптечную базу и контрольно-аналитическую лабораторию. Государственный антимонопольный комитет усмотрел в этом нарушение закона “О конкуренции” и предписал ликвидировать незаконно созданную структуру. После реорганизации предприятия ассортимент медицинских препаратов в аптеках намного расширился, что можно расценить как улучшение положения потребителя вследствие разукрупнения монопольного предприятия.

Для преодоления высокой степени монополизации российской экономики и для развития конкуренции были разработаны специальные государственные программы. Основной задачей этих программ являлось снижение концентрации производства и создание необходимых условий для развития конкуренции на рынках РФ по приоритетным группам товаров, а также диверсификация производства и увеличение выпуска конкурентоспособной продукции. Исследования показывают, что число предприятий, не ощущающих конкуренции, постепенно сокращается и во многих отраслях не превышает 10-15%, лишь в отдельных достигая 20% и выше.[[12]](#footnote-12)

Особое место в проблеме демонополизации экономики принадлежит вопросу о реформировании естественных монополий национального значения: РАО “ЕЭС”, Газпром и МПС. Общая концепция реформ – отделение монопольных видов деятельности от потенциально конкурентных, изменение ценовой и тарифной политики предприятий-монополистов.

Цели реформирования РАО “ЕЭС”: развитие конкуренции в производстве электроэнергии, создание оптового рынка электроэнергии в тех регионах страны, где это технически возможно и экономически целесообразно, а также совершенствование государственного регулирования и контроля в сфере передачи и распределения электроэнергии.

Реформа Газпрома заключается в отделении транспортировки и распределения газа (монопольных видов деятельности) от добычи (потенциально конкурентных). Помимо этого необходим переход на контрактные цены и отход от принципа формирования цен на основе издержек замыкающего производителя.

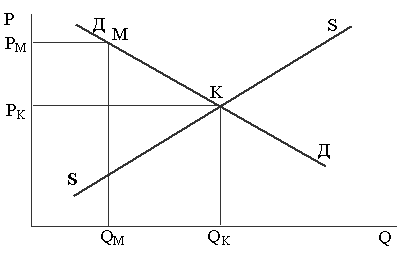
Реформа МПС предполагает три этапа. 1-й этап: создание грузовых и пассажирских компаний. 2-й этап: отработка взаимоотношений между созданными компаниями, МПС и пользователями услуг. 3-й этап: разделение инфраструктуры на ремонтный и эксплуатационный сегменты.

У каждой из концепций реформ есть как сторонники, так и противники. Но все они сходятся в одном: реформы следует проводить постепенно и они не должны ухудшать положение предприятий, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.[[13]](#footnote-13)

**2.2.Особенности ценообразования современных монополий**

Основными параметрами рынка являются цена, спрос и предложение. Их взаимодействие иллюстрируется, прежде всего, с помощью модели свободной конкуренции на рис. 4 (Р - цена товара, Q его количество на рынке).

Рыночное поведение потребителя подчиняется закону спроса 1. Графическая иллюстрация этого закона — кривая спроса Д-Д — в каждой своей точке показывает обратную зависимость между ценой спроса и его величиной. Цена спроса это предельная (максимальная) сумма денег, которую

**Рис.4.** Модель рыночного равновесия и установления монопольно высокой цены.

покупатели еще согласны отдать за приобретение товара (при данной величине предложения). Важно отметить, что выше цены спроса рыночная цена товара подняться не может, так как у покупателей не хватит денег, чтобы расплатиться с продавцом.

Поведение производителя (продавца) на рынке подчиняется закону предложения 2, который графически изображается кривой предложения S-S. Каждая точка кривой предложения иллюстрирует прямую зависимость между ценой предложения и количеством товара, предлагаемым производителями (продавцами) на рынке. Цена предложения это предельная (минимальная) цена, за которую производители (продавцы) еще согласны продавать свой товар (при данной величине спроса). Ниже этой минимальной цены рыночная цена снизиться уже не может, так как это сделает продажу товара экономически нецелесообразной.

Рыночная (равновесная) цена — это та цена, которая одновременно устраивает и продавцов, и покупателей. Ситуация рыночного равновесия наступает тогда, когда:

1) величина предложения совпадает с величиной спроса;

2) цена спроса равняется цене предложения.

Графически рыночное равновесие определяется точкой пересечения кривых спроса Д-Д и предложения S-S. В условиях свободной конкуренции рыночная (равновесная) цена является конкурентной. Свободная конкуренция предполагает такое (достаточно) большое количество продавцов и покупателей, чтобы ни один из них не мог оказать существенное влияние на уровень рыночной цены. Важно отметить, что кривые спроса Д-Д и предложения S-S складываются соответственно из кривых спроса и кривых предложения отдельных хозяйствующих субъектов. При монополизации рынка ситуация существенно изменяется.

В случае «чистой» монополии на рынке есть одна фирма-производитель (продавец), или все фирмы-производители (продавцы) слились в одну (образовали холдинг) под единым организационным или финансовым контролем, или между производителями (продавцами) существует ценовой сговор. В этой ситуации монополист может выбрать на кривой спроса любую, наиболее выгодную для него точку (вполне возможно, чисто эмпирическим путем через ряд итераций), такую комбинацию параметров (цена Рм — объем продаж Qм), которая обеспечит ему максимальную реализацию его рыночной стратегии. Здесь возможны три ситуации:

1) Монополист, злоупотребляя своим доминирующим положением на рынке, устанавливает другую, более высокую (по сравнению с конкурентной) цену. При этом более высокой цене соответствует сократившийся объем производства и, как правило, возросший размер прибыли монополиста (на рис. 4 это точка М). Такие действия в юридических терминах ст. 5 Закона РФ «О конкуренции...» называются изъятием товаров из обращения с целью повышения цен. Цена, ущемляющая интересы потребителей, называется для краткости (ввиду отсутствия этого понятия в Законе) монопольно высокой ценой.[[14]](#footnote-14)

2) Противоположная ситуация — предприятие, монопольно хозяйничающее на рынке, снижает цены с целью ограничения конкуренции. Юридически это трактуется как создание препятствий доступу на рынок другим хозяйствующим субъектам, а в Рекомендациях — как установление монопольно низких цен .[[15]](#footnote-15)

Разновидностью монопольно низкой цены является монополистически низкая цена. Для монополизированных рынков в случае монополии потребитель, либо единственный, либо занимает доминирующее положение как потребитель, и другие потребители существенно не влияют на распределение продаж.

Монополистически низкой ценой на монополизированном рынке является цена, устанавливаемая потребителем, занимающим как потребитель на этом рынке доминирующее положение, которая ниже равновесной цены РK (см. рис. 4). Монополистически низкая цена устанавливается в целях получения сверхприбыли путем снижения издержек за счет выгоды поставщика (п. 2.6). У Статьей 5 Закона «О конкуренции...» вышеописанные ситуации квалифицируются в качестве монополистической деятельности как злоупотребление доминирующим положением на рынке и поэтому такие действия хозяйствующего субъекта запрещаются.

3) Монополия, опасаясь потенциальной конкуренции и желая упрочить свои позиции на рынке, не злоупотребляет на нем своим доминированием на рынке: не повышает, а снижает цены, не уменьшает, а увеличивает объемы производства, повышает качество продукции, внедряет передовые технологии и т.д. Уровень цен на ее продукцию незначительно превышает конкурентный, а само это превышение достигается за счет активной политики стимулирования сбыта, рекламы, использования фирменных товарных знаков, гарантирующих первоклассное качество товара и т.п. Классическим примером в этом плане является американская корпорация ИБМ по производству компьютеров.

Две последних ситуации пока нетипичны (за исключением применения монополистически низких цен), а поэтому не злободневны для современных российских экономических условий.

Сейчас в России чаще практикуются монопольно высокие цены, а в странах с развитой конкурентностью - монопольно низкие, иногда даже демпинговые. Российский 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.

При принятии решения о наличии монопольно высокой (низкой) цены необходимо учитывать возможность, что факты, формально свидетельствующие в пользу вывода о монополистической деятельности, реально вызваны изменением рыночной конъюнктуры, а не продиктованы ценовой, производственной и финансовой политикой проверяемого хозяйствующего субъекта.

Так, повышение цен может быть не следствием монопольного эффекта, а результатом изменения платежеспособного спроса, объективного роста издержек производства вследствие удорожания сырья, материалов, комплектующих изделий в условиях инфляции. К росту цен может привести сокращающийся объем производства, обусловленный разрывом хозяйственных связей, неплатежами и т.д. Снижение цен может быть вызвано не стремлением хозяйствующего субъекта к созданию препятствий для входа на рынок своего товара, а резким падением спроса, затовариванием и т.п.

Опыт применения Закона РФ «О конкуренции и ограничения монополистической деятельности на товарных рынках» показал, что в нем не предусмотрен контроль за многими проявлениями монополизма, в частности за установлением монопольно высоких цен при падении производства и качества выпускаемых товаров, за картельными соглашениями на посредническом и розничном рынках. Действия Антимонопольного комитета в сфере ценообразования явно недостаточны. В задачи государства должно входить прямое воздействие на уровень цен, особенно на энергоносители, продовольствие, транспортные услуги.

**2.3.Меры по регулированию цен естественных монополий**.

В современной экономической теории и практике сложились две основные группы методов регулирования естественных монополий: ценовые и неценовые методы. Ценовые методы регулирования выступают основой регулирования естественных монополий, поскольку были разработаны и внедрялись в практическую жизнь активнее, чем неценовые, и воспринимались как более адекватные рынку. Именно данный факт предопределил широкое распространение разнообразных форм ценового регулирования. Неценовые методы по времени возникновения совпадают с ценовыми методами, но на практике и в распространенности применения уступают им.

Можно выделить следующие виды ценовых и неценовых методов регулирования. К основным ценовым методам относятся следующие: установление цен (тарифов) или их предельных уровней, регулирование нормы прибыли, блочные тарифы, ценовое регулирование при ограниченной мощности, «эффективное» ценообразование, «справедливое» ценообразование.

К неценовым методам регулирования естественных монополий следует отнести следующие: стандартизация и сертификация продукции естественных монополистов, обязательный аудит, выделение естественно-монопольного сегмента, ведение раздельного бухгалтерского баланса потенциально-конкурентного и естественно- монопольного сегментов в рамках одной компании, организация торгов за франшизу (франчайзинг), обязательное обслуживание определенных групп потребителей, ограничение на покупку акций предприятий - естественных монополистов, неформальные методы.[[16]](#footnote-16)

Существуют две концепции — это две практики регулирования цен методом нормирования прибыли:

За рубежом в регулируемых отраслях широко используется метод нормирования рентабельности по отношению к использованному ка­питалу. Суть метода заключается в том, что прибыльность компании должна быть достаточной, чтобы обеспечивать ее инвесторам тот уро­вень отдачи на вложенный капитал, какого они могли бы достичь, инвестируя капитал в другие направления со сравнимым риском.

В России такой метод пока не применяется, прибыль планируется исходя из "потребности" регулируемых компаний в средствах и поли­тически приемлемого повышения цен. Следовательно, норма прибыли устанавливается не из соображений удержания или привлечения инве­сторов. Но на основе регулирования цен (ив результате отсутствия конкуренции в соответствующих отраслях) у компаний при необхо­димости создаются повышенные внутренние источники накопления. Например, в тарифы атомных электростанций включаются так называ­емые целевые инвестиционные средства, предназначенные на поддер­жание безопасности и развитие атомной электроэнергетики. Абонент­ская плата за электроэнергию, взимаемая РАО "ЕЭС России", в боль­шей своей части предназначается для образования инвестиционных средств. На нефтепроводном транспорте появился дополнительный ин­вестиционный тариф, используемый на финансирование строительства Балтийской трубопроводной системы. Из высказываний высших ме­неджеров естественных монополий становится вполне ясным, что в каж­дой из них желательно расширение практики применения "инвестици­онной составляющей" в регулируемых ценах и тарифах.

В газовой промышленности и на трубопроводном транспорте доля внешних рыночных источников финансирования капитальных вложений составляет 3-4%, а по более реалистичной оценке - 1-2%. На железнодорожном транспорте их доля еще меньше. В электроэнергетике и отрасли связи доля рыночных источников - 10 и 15% соответственно или, скорее всего, - 8 и 13%. Для сравнения заметим, что в США средства, привлеченные с рынков капитала, составляют в среднем около 1/3 всех источников финансирова­ния капитальных вложений субъектов естественных монополий (ос­тальные 2/3 - амортизация и нераспределенная прибыль).

Структура источников финансирования капиталовложений есте­ственных монополий в России мало чем отличается от структуры, присущей нерегулируемому сектору экономики. Это можно объяс­нить особенностями российского капитализма. В 1999 г. все хозяй­ственные организации России направили на выплату дивидендов и процентов всего 2,4% по отношению к прибыли рентабельных орга­низаций. В промышленности этот показатель составил 1,4%, на транс­порте в целом - 1%, в отрасли связи - 4,3%.

Следует отметить, что политика регулирования цен на продук­цию естественных монополий косвенно препятствует формированию рынка капитала в России. Такое воздействие нельзя упускать из виду, поскольку инвестиции естественных монополий составляют значи­тельную часть (около 30%) всех инвестиций в экономику России.

Нужно ли доказывать, что применяемый ныне порядок финан­сирования капиталовложений не заинтересовывает в эффективном их использовании. "Целевые инвестиционные средства" (как и бюджет­ные ассигнования) ничего не стоят предприятию в отличие от других источников финансирования капиталовложений. Неудивительно, что история естественных монополий в России - это череда примеров неэффективности их капиталовложений.

Далеко нецелевое использование "целевых инвестиционных средств" долгое время демонстрировал Единый фонд стабилизации и развития ОАО "Газпром", просуществовавший до 1997 г. По дан­ным Счетной палаты РФ, в 1995 г. расходы из этого фонда на финансирование капитальных вложений составили около 70% всех его рас­ходов, а в 1996 г. - уже менее 30% (остальное - расходы на пополне­ние оборотных средств, подготовку кадров, выставки, командировоч­ные расходы и т.п.). По ее оценке, нормативы образования фонда были явно завышены и не отвечали реальным потребностям "Газ­прома". Неиспользованный остаток фонда на 1 января 1995 г. соста­вил 3,6 трлн. руб., на 1 января 1996 г. - почти 19 трлн. руб.

Финансирование капиталовложений за счет "инвестиционной надбавки" угнетает и разрушает частную собственность как общественный институт. Активы, созданные за счет "целевых инвестицион­ных средств", оказываются в собственности акционеров, которые не были инвесторами (в данном случае вообще нет инвесторов - лиц, добровольно предоставляющих свои средства в расчете на зарабо­ток). С другой стороны, акционеры как инвесторы не получают долж­ного вознаграждения (дивиденды не выплачиваются или их размер носит чисто символический характер).[[17]](#footnote-17)

Тарифное регулирование естественных монополий:

Никакое, даже самое совершенное ценовое регулирование не приведет к успеху без восстановления государственного влияния в принадлежащих ему субъектах естественных монополий (РАО "ЕЭС России", МПС и РАО "Газпром"). Не дело, когда трастовый договор по управлению долей государства в Газпроме характеризуется прези­дентом ни много, ни мало как "грабеж страны", а с момента образо­вания РАО "ЕЭС России" ни одного обсуждения данной проблемы совместно с правительством не проводилось, в то время как оно "об­росло" сотнями посреднических фирм, направляющих финансовые потоки в обход не только бюджета, но и самой компании.

В соответствии с указом президента от 28.02 1995 г. № 221 "О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (та­рифов)" для наведения порядка созданы коллегии представителей государства в естественных монополиях, которые должны содей­ствовать росту курсовой стоимости акций этих компаний, контро­лировать своевременность внесения в госбюджет всех положенных платежей, следить за соблюдением антимонопольного законодательства и созданием элементов конкурентной среды. Президентский указ носит концептуальный характер и не содержит конкретного плана реорганизации, хотя выделение внутри естественных моно­полистов структурных подразделений прописано достаточно четко.[[18]](#footnote-18)

Не забыты естественные монополисты и в коммунальной сфере. Так, наведение порядка в локальных естественных монополиях (коммунальных предприятиях) предполагает внедрение энергосберегающих технологий на­чиная с установки счетчиков и водомеров в квартирах российских граждан, что, по словам Б. Немцова, может дать до 30 % экономии издержек.

Больше вопросов возникает с ценовым регулированием естествен­ных монополий. Ценовое пространство России в настоящее время включает в себя две сферы. Первая - сфера свободных рыночных цен, которые устанавливаются самими хозяйствующими субъектами на основе баланса спроса и предложения. Причем цены на продук­цию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке, но не относящихся к естественным монополиям, также формируются свободно и входят в данную сферу, хотя и контролируются антимо­нопольными органами России. Вторая - сфера прямого государствен­ного регулирования цен и тарифов на продукцию естественных моно­полий и так называемые социально значимые товары.

Периодически проводимые ГАК РФ проверки практики уста­новления тарифов из года в год показывают одно и то же: системати­ческие нарушения порядка формирования тарифов, свидетельствую­щие о несовершенстве самих нормативных документов по ценообра­зованию. Эти документы позволяют наращивать численность промышленно-производственного персонала при сокращении объемов произ­водства, предоставлять многочисленные льготы.

Разработаны они лишь в интересах производителей и не учиты­вают экономические интересы и возможности потребителей. Такие тарифы обеспечивают: получение необоснованно высокой по сравне­нию с другими отраслями и регионами заработной платы; выплату дивидендов независимо от того, как работало предприятие; страхова­ние его работников; нецелевое использование части средств, предназ­наченных на строительство жилья и объектов соцкультбыта.

Например, на железнодорожном транспорте широко практику­ются: взимание дополнительной оплаты за невыполненные (недовы­полненные) работы (услуги) по сопровождению военизированной охраной МП С России вагонов и грузов; завышение тарифов в приго­родном пассажирском сообщении; навязывание контрагентам при зак­лючении договоров на перевозку грузов условий, не относящихся к предмету договора; выделение железной дороге продовольственных и промышленных товаров, различных материалов; требование опла­ты сверх тарифов за отгрузку экспортных грузов и т.д.

Многочисленные нарушения действующего порядка ценообра­зования и несовершенство последнего показали проверки и в других отраслях естественных монополий.

Речь идет о том, чтобы сам механизм регулирования цен на про­дукцию и тарифов на услуги естественных монополий был макси­мально открытым, понятным и "прозрачным", то есть каждый поку­патель вправе знать, за что и сколько он платит. При этом он должен быть уверен, что назначенная цена или тариф являются разумными и справедливыми. Все сказанное в равной степени относится к грузо­вым и пассажирским тарифам на услуги железнодорожного транс­порта, на электропередачу и на транспортировку газа.

Законом "О естественных монополиях" предусмотрено, что госу­дарственными органами в числе методов регулирования деятельности субъектов естественных монополий может применяться ценовое регулиро­вание посредством определения цен (тарифов) или их предельного уров­ня. Напомним, что в соответствии с правительственным постановлени­ем, помимо использования предельных коэффициентов изменения цен, которые мы предлагаем применять с учетом индексов инфляции, регу­лирование цен может осуществляться и другими способами, например, путем установления фиксированных цен, предельных цен, надбавок, предельного уровня рентабельности, декларирования повышения цен.[[19]](#footnote-19)

Использование для эффективного ценового регулирования в ус­ловиях инфляционной переходной экономики фиксированных цен, предельных цен или надбавок, очевидно, нецелесообразно в силу того, что их величины придется постоянно пересматривать. Желательно, чтобы регулирование цен на значительном временном отрезке, по край­ней мере в течение года, происходило автоматически.[[20]](#footnote-20)

В последнее время, в частности, в Концепции ценовой политики Российской Федерации на 1996-1997 гг., разработанной Минэконо­мики РФ, в качестве способа регулирования предлагалось "учитывать при установлении цен разумную норму прибыли на используемый капи­тал, обеспечивающую дивиденды на акционерный капитал". Однако для профессиональной переоценки основного капитала требуется немало времени, то есть процедура утверждения и пересмотра регулируемых цен и тарифов будет длиться годами. Об этом свидетельствует опыт регулирования в США. Кроме того, в мировой практике до сих пор не решен вопрос, по какой стоимости - первоначальной или восстанови­тельной - должна производиться оценка капиталовложений.[[21]](#footnote-21)

Сложна и другая крупная проблема - установление "разумной" или "справедлйвой" нормы прибыли, ведь наши специалисты по регулированию цен в силу неразвитости официальной статистики не имеют представления даже о величине средней нормы прибыли в России. Наконец, регулирование цен и тарифов на продукцию субъектов есте­ственных монополий посредством установления фиксированной нормы прибыли на вложенный капитал корпорации послужит стимулятором для поиска незаконных путей получения "справедливой" прибыли, как было при применении норматива рентабельности в 1996-2000 гг. Только тогда монополистом накручивались текущие издержки, а те­перь будут максимизироваться еще и инвестиции.[[22]](#footnote-22)

Таким образом, из предложенных правительственным постановле­нием способов ценового регулирования остается метод коэффициентов изменения цен, который активно использовался (неудачно) за годы реформ и, скорее всего, будет применяться и впредь. С одной сторо­ны, это естественно. А с другой - нужно срочно на базе отечественно­го и зарубежного опыта регулирования ликвидировать накопившиеся недостатки и ошибки. К сожалению, для российской экономики еще достаточно долго, несмотря на успехи в области финансовой стабили­зации, будет характерна инфляция, если подходить к делу по запад­ным меркам. А в развитых странах экономика с годовым ростом цен, превышающим 3-5% в год, считается инфляционной. Поэтому нам тем более необходимы специальные инструменты ценовой политики государства по отношению к естественным монополиям. Очевидно, в условиях переходной инфляционной экономики России регулирова­ние цен на их продукцию должно осуществляться путем индексиро­вания, например, с использованием индекса потребительских цен (или индекса оптовых цен промышленности). Подобные рекомендации базируются на современном зарубежном опыте.

**Заключение**

Подводя итог сказанному, следует отметить, что естественная монополия - это довольно-таки устойчивая форма хозяйствования, и вряд ли он изживёт себя, пока существуют отрасли, потребность населения в продукции которых столь велика, и пока существует дифференциация общества. Существует много споров о способах регулирования естественных монополий, и это понятно, ведь, и потребители, и монополисты, и сами комиссии по регулированию стремятся получить максимальную прибыль. Однако это не единственная причина разногласий, ведь на самом деле систем регулирования естественных монополий далеко не совершенна. Поэтому, вероятнее всего, что методы государственного регулирования естественных монополий будут постоянно совершенствоваться, хотя вряд ли подобного род перемены смогут удовлетворить всех, следовательно, этот вопрос будет одним из основных в поисковом плане, и интерес общества к нему никогда не угаснет.

Государственное регулирование естественных монополий является одним из главных факторов обеспечивающих нормальное функционирование экономики. Если предприятие не находится в государственной собственности, то его регулирование сводится к следующему: либо цены устанавливаются на уровне средних издержек монополии, либо применяются двух компонентные тарифы, предусматривающие отдельную и фиксированную плату за доступ к получению услуг, а также оплату каждой единицы оплаченных услуг.

В результате написания данной работы мы пришли к следующим выводам:

* Монополия предполагает, что одна фирма является единственным производителем данной продукции, не имеющей аналогов. Монополист полностью контролирует её цену и объём выпуска.
* Кривая спроса на продукцию фирмы - монополиста наклонная и совпадает с кривой рыночного спроса.
* Главной целью монополиста является получение максимальной прибыли
* Монополист всегда назначает цену выше величины предельных издержек. Более того, выпуск монопольной отрасли меньше выпуска конкурентной отрасли, сталкивающейся с таким же спросом и теми же условиями формирования издержек, а монопольная цена выше конкурентной цены.
* Иногда эффект масштаба делает монополию желательной. Но для того чтобы максимизировать социальное благосостояние, правительству нужно устанавливать и регулировать цены.
* Возникающая в условиях монополии неэффективность в рас­пределении (рыночные цены выше предельных издержек производ­ства) и использовании (средние издержки производства выше ми­нимальных) ресурсов обусловливает необходимость регулирования деятельности монополий, осуществляемого с целью снижения цен, и увеличение выпуска продукции. Такое регулирование реализуется посредством применения правовых норм, направленных на предот­вращение монопольных проявлений, и экономических мер, ограни­чивающих возможности реализации рыночной власти монополии.
* Обеспечивая все отраслевое предложение, монополист имеет возможность оказывать влияние на рыночную цену путем регулиро­вания величины объема своего выпуска.
* Так как в условиях монополии не действуют рыночные силы, принуждающие производить с минимальными средними издержка­ми, монополист может выбрать любой объем выпуска. Однако, сле­дуя правилу максимизации прибыли, монополист выбирает такой объем выпуска, при котором предельная выручка равна предельным издержкам производства. При этом, сталкиваясь с наклонной кри­вой спроса, монополист назначает цену, превышающую предельные издержки производства на величину обратно пропорциональную эластичности спроса.
* Так как решение монополиста об объеме предложения зависит от изменений в эластичности спроса, определяющей положение кри­вой предельной выручки, то однозначного соотношения между це­ной и объемом предложения не существует. Поэтому для монополь­ного рынка кривой предложения, отражающей зависимость между ценой и объемом предложения, не существует.

Итак, поставленные в работе задачи выполнены, а цели достигнуты. Естественные монополии и механизм их регулирования представлены.

**Библиографический список**

1.Федеральный закон «О естественных монополиях». 1995 г.

2. Нормативные материалы по регулированию цен и тарифов / Закон. – 1996. - №10.

3.Авдашева С., Розанова Н. Подходы к классификации рыночных структур в экономике России // Вопр. Эконом. – 1997. - №6.

4.БелоусоваН.И., Реформирование естественных монополий в России/ БелоусоваН.И.,Васильева Е.Н. , Лившиц В.Н. // ЭКО 1999г. № 4

5.Булатова А.С. ,Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. д-ра экон. наук проф. А.С. Булатова. - М.: Юристъ, 2000. - 896с

6.Бутырский А. Проблемы реформирования естественных монополий // МЭ и МО. – 2003. - №12.

7.Вильсон Дж., Естественные монополии России / Вильсон Дж., Цапелик. В.//Вопросы экономики 1995 год №11.

8.Виноградов В.В. Экономика России / М.: Юристъ, 2002г

9.Винокурова М.А., Экономическая теория /Ч1. Винокурова М.А., Демина М.П.

Изд-во ИГЭА, 1998г.- с.326-380

10.Ганелес О. Контроль цен налоговыми органами. // Экономист. – 2000. - №10.

Гальперина В.М., Микроэкономика / СПб.: Экономическая школа, 1997г.

11.Горев В.П.,Экономическая теория: курс лекций. Ч.1./ В.П. Горев, С.В. Сергеев; Под ред. М.П. Деминой. - Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1995. - 456 с.

12.Грязнова А.Г., Микроэкономика:теория и Российская практика/ под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова,2008г.

13.Добрынин А.И.,Экономическая теория: Учебник для вузов / Под. ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича. - СПб.: Изд. СПбГУЭФ, Питер-Ком, 1999 - 544с.

14.Долан Э.Дж., Линдсей Д. Микроэкономика /Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. - С.-Пб.: АО “Санкт-Петербург оркестр”, 1994. - 448 с.

15.Козырев В.М.,Основы современной экономики: учебник для вузов. – 2-е издание перераб. И дополненное. М., 2000 г.

16.Тотьев К. Регулирование деятельности субъектов естественных монополий/ Закон 1997 г. декабрь

17.Цыганов.А. Монополии на свободном рынке/ Закон 1997 г. декабрь

18.Чепурина М.Н. Киселева Е.А. Курс экономической теории. Учебное пособие МГИМО МИД РФ. Киров: «АСА», 1996. 624с.

19.Ясин Е. Перспективы российской экономики… реформирование естественных монополий//Общество и экономика 2002г. № 2

20.О мерах по ограничению роста цен (тарифов) на продукцию (услуги) естественных монополий. Постановление правительства// Российская газета. 1996, 20 февраля -с.3.

21.Краткий экономический словарь.

1. Винокурова М.А., Экономическая теория /Ч1. Винокурова М.А., Демина М.П. [↑](#footnote-ref-1)
2. Булатова А.С. ,Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. д-ра экон. наук проф. А.С. Булатова. - М.: Юристъ, 2000. - 896с [↑](#footnote-ref-2)
3. Краткий экономический словарь.  [↑](#footnote-ref-3)
4. Виноградов В.В. Экономика России / М.: Юристъ, 2002г [↑](#footnote-ref-4)
5. Горев В.П.,Экономическая теория: курс лекций. Ч.1./ В.П. Горев, С.В. Сергеев; Под ред. М.П. Деминой. - Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1995. - 456 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Вильсон Дж., Естественные монополии России / Вильсон Дж., Цапелик. В.//Вопросы экономики 1995 год №11 [↑](#footnote-ref-6)
7. Ганелес О. Контроль цен налоговыми органами. // Экономист. – 2000. - №10. [↑](#footnote-ref-7)
8. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Микроэкономика /Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. - С.-Пб.: АО “Санкт-Петербург оркестр”, 1994. - 448 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. Добрынин А.И.,Экономическая теория: Учебник для вузов / Под. ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича. - СПб.: Изд. СПбГУЭФ, Питер-Ком, 1999 - 544с. [↑](#footnote-ref-9)
10. БелоусоваН.И., Реформирование естественных монополий в России/ БелоусоваН.И.,Васильева Е.Н. , Лившиц В.Н. // ЭКО 1999г. № 4 [↑](#footnote-ref-10)
11. Авдашева С., Розанова Н. Подходы к классификации рыночных структур в экономике России // Вопр. Эконом. – 1997. - №6 [↑](#footnote-ref-11)
12. Грязнова А.Г., Микроэкономика:теория и Российская практика/ под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова,2008г. [↑](#footnote-ref-12)
13. Бутырский А. Проблемы реформирования естественных монополий // МЭ и МО. – 2003. - №12 [↑](#footnote-ref-13)
14. Федеральный закон «О естественных монополиях». 1995 г [↑](#footnote-ref-14)
15. Козырев В.М.,Основы современной экономики: учебник для вузов. – 2-е издание перераб. И дополненное. М., 2000 г. [↑](#footnote-ref-15)
16. Тотьев К. Регулирование деятельности субъектов естественных монополий/ Закон 1997 г. декабрь [↑](#footnote-ref-16)
17. Цыганов.А. Монополии на свободном рынке/ Закон 1997 г. декабрь [↑](#footnote-ref-17)
18. О мерах по ограничению роста цен (тарифов) на продукцию (услуги) естественных монополий. Постановление правительства// Российская газета. 1996, 20 февраля -с.3 [↑](#footnote-ref-18)
19. Федеральный закон «О естественных монополиях». 1995 г. [↑](#footnote-ref-19)
20. Чепурина М.Н. Киселева Е.А. Курс экономической теории. Учебное пособие МГИМО МИД РФ. Киров: «АСА», 1996. 624с. [↑](#footnote-ref-20)
21. Нормативные материалы по регулированию цен и тарифов / Закон. – 1996. - №10 [↑](#footnote-ref-21)
22. Ясин Е. Перспективы российской экономики… реформирование естественных монополий//Общество и экономика 2002г. № 2 [↑](#footnote-ref-22)