

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ

© Люльчак З.С., 2006

**Обґрунтовано "ядро" ознак природного монополізму, запропоновано класифікацію природних монополій відповідно до передумов виникнення та набуття специфічних ознак природного монополізму, яка надасть змогу віднести ту чи іншу галузь до природно монопольної сфери та обрати можливі напрямки їх реформування. Визначено позитивні та негативні риси природних монополій, зокрема на ринку тепла України.**

**The article dwells upon the "core" of natural monopolism features; there has been suggested the classification of natural monopolies in compliance with the grounds leading to the appearance and acquisition of the specific features of natural monopolism, which will provide the possibility to refer either field to the natural monopolistic sphere and choose the probable directions of its reforming. The positive and negative characteristic features of natural monopolies, in particular in the heat market of Ukraine, have been defined.**

**Постановка проблеми.** Сучасні тенденції розвитку економіки України характеризуються складністю та нестабільністю. Усе це стосується і функціонування галузей виробничої інфраструктури з переважанням природних монополій. Так у зв'язку з процесами глобалізації, зростанням негативного ставлення до них суспільства та необхідності значних капітальних вкладень (у сферах централізованого водо- та теплопостачання і водовідведення) з'явилась необхідність реформувати діяльність підприємств-природних монополістів, однак існуюче теоретичне та законодавче забезпечення не дає такої можливості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний науковий внесок у дослідження проблем природних монополій зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Є.Ф. Борисов, Кен Ховард, Едвін Долан, Фішер, Дорнбуш і Шмалензі, Макконел і Брю, група працівників Інституту системного аналізу РАН Н.І. Білоусова, Є.М. Васильєва, В.Н. Лішвиць, В. Кокорев, Г. Казакевич, А. Городецький і Ю. Павленко, В. Стеденцов, О.В. Нікуліна, О. Нестеренко, Т.А. Мукмінова, В. Базилевич, В. Лук'янов, Н. Писаренко, Н. Квіцинська.

Так, Є.Ф. Борисов [1] пропонує найширшу класифікацію монополій, відповідно до якої можна зробити висновок, що природною монополією є лише за характером виникнення, а відповідно, і більше нічим не відрізняється від інших видів монополій. Він стверджує, що природну монополію мають власники та господарські організації, у розпорядженні яких є рідкісні та вільно не відтворювані елементи виробництва (наприклад, рідкісні метали, особливі земельні ділянки під виноградником). До них також належать деякі галузі та види виробництва, в яких через особливу технологію недопустимо розвивати конкуренцію.

Схоже визначення подає Кен Ховард [2], стверджуючи, що природна монополія – це монополія власників і суб'єктів господарювання, які мають в своєму розпорядженні рідкісні та вільно не відтворювані виробництва та ринки збуту якого-небудь продукту.

Як бачимо, визначення природної монополії у Борисова та Ховарда є ідентичними і зводяться до володіння рідкісними та вільно не відтворюваними ресурсами.

Ще одне визначення природної монополії можна зустріти в роботі Едвіна Долана [3], присвяченій класифікації монополій: "природна монополія" – галузь, в якій довготермінові середні витрати досягають мінімуму тільки тоді, коли одна фірма обслуговує ринок загалом. У такій галузі мінімальний ефективний масштаб виробництва товару є близьким або навіть перевищує ту кількість, на яку ринок пред'являє попит за будь-якою ціною, достатньою для покриття витрат

виробництва. У цій ситуації розподіл випуску між двома і більшою кількістю фірм призведе до того, що масштаби виробництва кожної будуть малоефективними.

На відміну від двох попередніх авторів, Долан провідною рисою природної монополії, як бачимо, вважає економію на масштабах виробництва. Такої ж точки зору дотримується і колектив авторів Фішер, Дорнбуш і Шмалензі [4], стверджуючи, що якщо виробництво будь-якого обсягу продукції однією фірмою обходиться дешевше, ніж його виробництво двома або більше фірмами, то галузь є природною монополією.

Макконел і Брю [5] наводять аналогічне визначення: “природна монополія – галузь, в якій економія, обумовлена ростом масштабів виробництва настільки значна, що продукт може бути вироблений однією фірмою за нижчих середніх витратах, аніж якщо б його виробництвом займалась не одна, а декілька фірм”.

У країнах СНД сьогодні питаннями природних монополій найактивніше займаються вчені Росії: група працівників Інституту системного аналізу РАН Н.І. Білоусова, Є.М. Васильєва, В.Н. Лішвиць, В. Кокорев, Г. Казакевич, А. Городецький і Ю. Павленко, В. Стеденцов та ін. [6–11].

Основною проблемою в працях цих вчених є реформування природних монополій за рахунок введення в їх середовище конкуренції.

Вчені України також беруть участь у вирішенні проблем природних монополій. Так, О.В. Нікуліна [12] природною монополією вважає сферу економічної діяльності, в якій на певний момент часу: ресурси є унікальними; технологія повинна забезпечувати безпеку життєдіяльності; необхідні значні капітальні вкладення; капітальні вкладення малоефективні; виникнення конкуренції є неможливим; існує економія на масштабах виробництва. Автор стверджує, що якщо хоча б одна з перелічених ознак є відсутньою, то природність монополії починає руйнуватись та сфера діяльності перестає бути монополією.

О. Нестеренко [13] та Т.А. Мукмінова [14] висловлюють аналогічні думки, що і російські вчені.

Ще одне визначення природної монополії можна знайти у праці колективу українських авторів В. Базилевича, В. Лук'янова, Н. Писаренко, Н. Квіцинської: “природна монополія – це монополія, яка існує в галузях, де економія, зумовлена зростанням масштабу виробництва, особливо значна [15].

Як бачимо, поняття природної монополії виникло давно і знайшло своє відображення в працях багатьох вчених поряд з поняттям монополії загалом. Однак, довгий час природну монополію розглядали лише з теоретичної точки зору, а для вирішення нагальних проблем функціонування та реформування природних монополій доцільно знати, за якими ознаками власне визначають приналежність тієї чи іншої галузі до природних монополій, які негативні або позитивні риси вони мають. Виявляється, що це визначення не дає змоги чітко цього зробити, тому саме ці проблеми стали основою для вибору теми дослідження.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті – виділення “ядра” природно монопольних ознак, класифікація природних монополій відповідно до передумов виникнення та набуття характерних ознак, визначення позитивних та негативних рис природних монополій, зокрема на ринку теплової енергії як передумова вибору оптимального напрямку розвитку підприємств, що здійснюють централізоване тепlopостачання на ринку тепла України.

**Виклад основного матеріалу.** Загалом у багатьох країнах до природних монополій належать більшість видів діяльності, продукція яких є “предметом суспільного користування”, – комунікації, лінії електропередачі, нафто- і газопроводи, залізничний транспорт, системи зв'язку, водопостачання і каналізація [16]. У Федеральному законі Росії “Про природні монополії” природною монополією визнають стан товарного ринку, за якого задоволення попиту на цьому ринку є ефективнішим, аніж за відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва. Така ефективність виражається в істотному зниженні витрат виробництва на одиницю товару у міру збільшення об'єму виробництва. Причому товари, які виробляються суб'єктами природної монополії, не можуть бути замінені в споживанні іншими товарами.

В Україні до сфер природних монополій відповідно до закону “Про природні монополії” входять:

- транспортування нафти, нафтопродуктів та газу трубопроводами, а також їх розподіл;
- передача та розподіл електроенергії;
- користування залізницею, диспетчерськими службами, вокзалами та іншими об’єктами інфраструктури, які забезпечують рух залізничного транспорту загального користування;
- управління повітряним рухом; зв’язок загального користування;
- централізовані водо- та тепlopостачання, а також водовідведення;
- спеціалізовані послуги транспортних терміналів, портів та аеропортів [17].

На нашу думку, природність монополії повинна визначатися базовим “ядром” ознак, однак відповідно до умов функціонування та природи виникнення монополії з’являтимуться також інші характерні ознаки природного монополізму. До базового “ядра” ознак природної монополії належать (на прикладі централізованого тепlopостачання):

1. Унікальність ресурсів та територіальне обмеження ємності ринку (так, теплова енергія є унікальним продуктом, який неможливо купити в іншій країні або привезти літаком за потребою);
2. Технологія повинна бути гарантом економічної, соціальної, енергетичної безпеки життєдіяльності (людина не може прожити без води, їжі та тепла, потреба у яких є незмінною та має суто фізіологічний характер).
3. Присутня потреба у значних капітальних вкладеннях (наприклад, вартість 4-трубної магістральної тепломережі із труб діаметром 1400 мм становить 1,6 млн.у.о.; вартість 25-кілометрової тепломережі із врахуванням насосних станцій, мостових переходів і теплових камер оцінюється у 55 млн. у.о);
4. Досягається економія на масштабах виробництва.

Отже, нами пропонується наступна класифікація природних монополій відповідно до передумов їх виникнення та набуття специфічних ознак (рисунок):

**1. Штучна природна монополія**- монополія, яка виникає внаслідок концентрації та спеціалізації виробництва в умовах адміністративно-командної економіки або утворюється в певних історичних умовах і не є об’єктивно найкращим способом організації виробництва, характеризується, окрім “ядра” ознак природної монополії, також відсутністю конкуренції. Зазвичай характерна для економіки перехідного періоду. Залежно від цілого ряду обставин вона може перерости або в доцільно створену природну монополію або в об’єктивну природну монополію.

**2. Доцільно створена природна монополія** – монополія, яка виникає внаслідок об’єктивного розвитку цивілізації, суспільство погоджується з тим, що монополія на виробництво даного товару принесе йому, суспільству, значно більше користі, ніж конкуренція на ринку цього товару. При цьому з’являється ще одна характерна ознака – суспільство бере діяльність такого монополіста під прискіпливий контроль та створює бар’єри для входу у галузь. Так, наприклад, було з водопостачанням міст в середні віки – водовози могли конкурувати один з одним, але врешті-решт суспільство дійшло висновку, що монополія у цьому випадку буде більш ефективним способом виробництва товару. Практично усі природні монополії у ринковій економіці пройшли цей шлях.

**3. Об’єктивно обумовлена природна монополія** – монополія, яка є результатом ефективної діяльності підприємств на ринку, використання новітніх досягнень науки і техніки, ефективного маркетингу і менеджменту, можливо, лобіювання. Це означає, що підприємство, яке займає місце об’єктивного природного монополіста на ринку, повинно бути спрямовано на утримання своїх лідируючих позицій. Специфічною ознакою такої природної монополії є виділення в галузі, яка належить до природної монополії, сфери, якій притаманні

особливості, характерні для природно монопольної “сфери” (в комунальній теплоенергетиці – утримання інфраструктури) у чистому вигляді та конкурентного сектора (сфера експлуатації інфраструктури). Також посилюватиметься загроза втручання з боку держави.

**Штучна природна монополія –**  
монополія, яка виникає внаслідок концентрації та спеціалізації виробництва в умовах адміністративно-командної економіки або утворюється в певних історичних умовах і не є об’єктивно найкращим способом організації виробництва.

Суспільство в умовах економіки перехідного періоду погоджується з тим, що виробництво певного товару принесе йому, суспільству, значно більше користі, аніж конкуренція на ринку цього товару.

Найбільш можливий для українських су-б’єктивних природних монополій. З одного боку, необхідно брати до уваги, що іноземні підприємці можуть скласти суттєву конкуренцію своїми товарами на ринку або навіть здійснити виробництво на ньому. З іншого боку, підприємці, які працюють на інших ринках, можуть, знайшовши істотні переваги роботи на цьому ринку, виправити ситуацію, яка склалася в радянські часи і організувати альтернативне виробництво товару, оскільки концентрація не є у даному випадку істотною перевагою виробництва. У цій ситуації підприємству-монополісту необхідно виробити власну маркетингову стратегію.

**Доцільно створена природна монополія –** монополія, яка виникає внаслідок об’єктивного розвитку цивілізації, суспільство погоджується з тим, що монополія на виробництво цього товару принесе йому, суспільству, значно більше користі, аніж конкуренція на ринку цього товару, суспільство бере діяльність такого монополіста під прискіпливий контроль – так, як це і відбувається сьогодні з комунальною теплоенергетикою

Виділення в галузі, яка належить до природної монополії, сфери, якій притаманні особливості, характерні для природно монопольного “ядра”

та можливий конкурентний сектор.

**Об’єктивно обумовлена природна монополія –** монополія, яка є результатом ефективної діяльності підприємств на ринку, використання новітніх досягнень науки і техніки, ефективного маркетингу і менеджменту, можливо, лобіювання. Це означає, що підприємство, яке займає місце об’єктивного природного монополіста на ринку, повинно бути спрямовано на утримання своїх лідируючих позицій

*Класифікація природних монополій залежно від передумов виникнення та набуття специфічних ознак*

Отже, стійким типом природної монополії буде об’єктивна природна монополія, а нестійким – штучна природна монополія та доцільно створена природна монополія.

Як було вже зазначено, ще однією проблемою на шляху реформування підприємств природних монополістів є неоднозначне ставлення суспільства до них, зокрема до підприємств комунальної теплоенергетики України, оскільки вони є складними системами, чий існування та розвиток залежать від характеру взаємозв’язків із зовнішнім середовищем. Тому доцільно з’ясувати їх позитивні та негативні риси (таблиця).

## Позитивні та негативні риси природних монополій на ринку теплової енергії України

Позитивні якості	Негативні якості
<b>можливість</b>	
Максимально використовувати ефект від масштабу виробництва	Досягати економії за рахунок зниження якості теплопостачання
Гарантувати економічну, соціальну, енергетичну безпеку життєдіяльності	Завищувати ефективність автономного теплозабезпечення для усіх споживачів, крім населення, і, навпаки, занижувати ефективності автономного теплозабезпечення населення.
Мобілізувати значні фінансові ресурси	Набувати форми адміністративного диктату, який замінює економічний механізм
Використовувати досягнення НТП	Блокувати об'єктивний розвиток конкуренції та НТП на ринку тепла України
Замінювати ринковий механізм (тобто ринкову організацію) на внутрішньофірмову ієрархію і систему контролю контрактних відносин, що дасть змогу скоротити втрати, пов'язані з ризиком і невизначеністю	Визначати рівень продажної ціни, перекладаючи зазвичай тепловтрати на кінцевого споживача, який не здатен здійснювати зворотний вплив на виробника

У природних монополій на ринку тепла України переваги стають недоліками і навпаки. Економічна наука сьогодні не може однозначно сказати, що саме переважає – “позитив” чи “негатив”. Природно, що комунальні підприємства теплоенергетики України нерідко звинувачують у багатьох “гріхах” (загострення проблеми неплатежів за природний газ в економіці, скрутне становище багатьох виробників та населення), з іншого боку, будучи висококонцентрованими, величезними господарськими одиницями, розглядаються як база для стабільної та конкурентоспроможної економіки.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Реформувати діяльність підприємств природних монополістів та відповідно збільшити надійність, стійкість та ефективність їх функціонування можна на підставі:

1. Виділення “ядра” природно монопольних ознак, передумов формування та набуття специфічних ознак природного монополізму – практичне та теоретичне визначення приналежності тієї чи іншої галузі до природних монополій;
2. Визначення позитивних та негативних рис природних монополій – можливість подолання негативного ставлення до них суспільства, оскільки надасть змогу знайти способи виправити недоліки у їх діяльності.

Зокрема для комунальної теплоенергетики у сфері централізованого теплопостачання – галузі доцільно створеної природної монополії – розглянуті та запропоновані нововведення доцільно надалі розглянути для:

1. Формування моделі специфічного ринку централізованого теплопостачання, на якому переважатимуть об'єктивно обумовлені природні монополії з наявним конкурентним сектором, що надасть змогу залучити необхідні інвестиції для реконструкції систем централізованого теплопостачання;
2. Вибрати стратегії розвитку підприємств у сфері централізованого теплопостачання, зокрема типу стратегічного маркетингу, що визначатиметься типом природної монополії та типом структури організації ринку споживача.

1. Борисов Е.Ф. *Экономическая теория: Учебник.* – М.: Юрист, 1997. – 568 с. 2. Ховард К., Журавлева Г., Эриашвили Н. *Экономическая теория: Учебник для вузов.* – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 278 с. 3. Долан Э.Дж., Линдсей Д. *Микроэкономика: Пер. с англ.* – СПб., 1994. – 448 с. 4. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. *Экономика: Пер. с англ., 2-е изд.* – М.: Дело, 1997. – 864 с. 5. Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стенли Л. *Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2-х т.: Пер. с англ. 11-го изд.* – М.: Республика, 1992. – Т.2. – 400 с. 6. Белоусова Н.И., Васильева Е.М., Лившиц В.Н. *Реформирование естественных монополий в России: теоретический аспект // ЭКО.* – 1999. – №4. – С. 85–100. 7. Белоусова Н.И., Васильева Е.М., Лившиц В.Н., Позамантур Э.И.,

Тищенко Т.И. Системный анализ естественных монополий: характеристики объектов, модели и методы оценки // Системные исследования: методологические проблемы: Ежегодник. – М., 1996. – Вып. 24. – С. 287–307. 8. Казакевич Г. О приватизации естественной монополии // Экономика и математические методы. – 1998. – Т.34, Вып.2. – С. 74–88; Городецкий А., Павленко Ю. Реформирование естественных монополий // Вопросы экономики. – 2000. – №1. – С. 137–146. 9. Городецкий А., Павленко Ю. Реформирование естественных монополий // Вопросы экономики. – 2000. – №1. – С. 137–146. 10. Городецкий А., Павленко Ю., Френкель А. Демонопользация и развитие конкуренции в российской экономике // Вопросы экономики. – 1995. – №11. 11. Кокорев В. Институциональная реформа в сфере инфраструктуры в условиях ЕМ // Вопросы экономики. – 1998. – №4. – С. 129–133. 12. Никулина Е.В., Погасий С.А. Эволюция естественных монополий // Збірник наукових праць Київського інституту залізничного транспорту. Сер. Економіка й управління. – 2000. – Т 4, Вип.1.- С. 74–76. 13. Нестеренко Е. Естественная монополия: теория и практика функционирования // Экономика Украины. – 1997. – №10. – С. 37–45. 14. Мукминова Т.А. Механізми та форми контролю за суспільно прийнятною економічною поведінкою природних монополій // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна.– 2001. – № 512. – С.70–73. 15. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н., Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1998. – 248 с.4. 16. Encyklopedia organizacyj i zarzadzania/ Pod red.L.Pasiecznego,PWE. Warszawa,1982,s.282. 17. Закон України “Про природні монополії”// Урядовий кур'єр. – 2000. – № 92.

УДК 658

О.Б. Мних

Національний університет “Львівська політехніка”

## ОЦІНЮВАННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ

© Мних О.Б., 2006

Проаналізовано методичні підходи до оцінки ринкової вартості підприємства. Показано переваги та недоліки кожного з методів. Аргументується позиція автора про необхідність застосування принципово нового методологічного підходу щодо оцінки ринкової вартості підприємства, що ґрунтується на маркетинговому і логістичному забезпеченні. Практичним впровадженням такого підходу можна системно оцінити вартість підприємства та детермінацію факторів, що визначають її динаміку, а також чітко визначення організаційних меж бізнесу та альтернативних варіантів використання майнового та фінансового капіталу.

In the scientific article is represented the critical analysis of methodical approaches to estimation of market value of enterprise. Advantages and lacks of each of methods are shown. Position of author about the necessity of application of principle of a new methodological approach in relation to estimation of market value of enterprise that is based on the bases of the strategic partner marketing and logistic is argued. Practical introduction of such approach does possible system estimation of cost of enterprise and determination of factors, that determine its dynamics, and also clear determination of organizational scopes of business and alternative variants of the use of property and financial capital.

**Постановка проблеми.** В останнє десятиріччя в Україні чітко проявляється тенденція до пошуку шляхів підвищення вартості акцій диверсифікованих компаній, що спричинило появу нового показника кінцевого результату діяльності, який отримав назву “цінність акціонера”. Діловий авторитет, або імідж підприємства є досить важливим активом акціонерного капіталу, а