

Главное статистическое управление Могилевской области. Могилев, 2016. 39 с.

УДК 338.23

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ**

Недведцкий В.М., научный сотрудник

Институт экономики НАН Беларуси  
г. Минск, Беларусь

В современных условиях обеспечение экономической эффективности хозяйственной деятельности отраслями инфраструктуры и высокого качества предоставляемых ими услуг (товаров) играют важную роль в поддержке конкурентоспособности и росте национальной экономики.

В последнее время все больше внимания уделяется вопросам дерегулирования естественно-монопольных отраслей, внедрения конкуренции и модернизации прямого регулирования.

Конкурентный рынок – это наиболее эффективный институт современной экономики. Сегодня функционирование ряда рынков неэффективно из-за высокой степени монополизации, что характерно и для естественной монополии благодаря эффекту от масштаба производства. Используя свое положение, фирма-естественный монополист может значительно повысить цены на свои услуги, поэтому в качестве возможных вариантов контроля над их функционированием рассматривается государственная собственность и государственное регулирование.

При совершенствовании отраслевого регулирования естественных монополий необходимо учитывать уровень транзакционных издержек, так как высокий их уровень обуславливает заключение вертикальных контрактов, предусматривающих издержки контроля. Права собственности специфицируются государством, поэтому любые изменения прав и отношений собственности обусловлены изменениями в государственном устройстве и проводимой государственной политике. Следовательно, создание механизма действенного

государственного регулирования ценообразования, организация конкуренции и дерегулирование потенциально конкурентных сегментов могут стать основой реального снижения тарифов и создания предпосылок роста в других отраслях промышленности [2].

На перспективу развития конкуренции в сферах функционирования естественных монополий оказывают влияние также и особенности тарифного регулирования в дерегулируемых отраслях:

во-первых, сфера тарифного регулирования должна перемещаться от регулирования тарифов на конечные услуги на регулирование тарифов на услуги инфраструктуры (ключевых мощностей);

во-вторых, стабильность тарифного регулирования приобретает в дерегулируемых отраслях еще большее значение. Потенциально новые участники рынка должны принимать решения об инвестировании в отрасль, опираясь на обоснованные оценки затрат по использованию ключевых мощностей [1].

Выводу об ограничении эффективности системы регулирования в условиях естественной монополии соответствуют практические действия в двух направлениях: 1) совершенствование методов государственного регулирования и 2) постепенное дерегулирование потенциально конкурентных видов деятельности.

При ситуации отмены прямого регулирования цен на услуги естественных монополий, субъекты хозяйствования будут заинтересованы в оптимизации собственных затрат, а это обеспечит подчинение нормам антимонопольного законодательства и отсутствие риска попасть под санкции контролирующих органов.

Государственное регулирование естественных монополий, основанное на прямых директивных методах, перестает быть эффективным и в этой связи возникает потребность в реформировании государственного управления естественно-монопольным сектором с учетом отраслевой специфики: развитие конкуренции путем выделения естественно-монопольных и конкурентных видов деятельности, привлечение частных инвесторов, либерализация методов регулирования с учетом особенностей рынка.

#### Список литературы

1. Авдашева, С.Б. Шаститко, А.Е. Развитие конкуренции в отраслях с естественно монопольным компонентом: основа-

ния, варианты, ограничения. Российско-европейский центр экономической политики. Москва 2005.

2. Буркеева, Р.Г. Общие проблемы совершенствования механизма государственного регулирования естественных монополий / Р.Г. Буркеева // ФЭН-Наука. – 2011. – №1.

УДК 338.32.053.4

**ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Николаева Ю.Н., ассистент кафедры «Экономическая теория  
и маркетинг»

Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Беларусь

Используя методику оценки эффективности маркетинговой деятельности, предложенную проф. Яшевой Г.А. оценим выполнение функций маркетинга предприятиями легкой промышленности Беларуси. Анализ эффективности маркетинга в деятельности предприятий легкой промышленности показал, что далеко не все из них сумели адаптироваться к современным условиям и создать эффективную маркетинговую систему на предприятии. В процессе исследования выявлены основные проблемы, препятствующие эффективному внедрению маркетинговой концепции в практическую деятельность предприятий. Среди основных проблем необходимо выделить следующую – подход к маркетингу как к просто продажам. На ряде предприятий службы маркетинга созданы формально. Это происходит из-за наделения службы маркетинга несвойственными ей функциями. Очень часто на предприятии отделы маркетинга, по сути, дублируют функции отдела сбыта. Следующая проблема предприятий состоит в том, что маркетинговые исследования, проводимые на предприятиях, не стали системой и носят теоретический характер (только 50% предприятий проводили исследования в последние несколько месяцев, остальная половина предприятий не проводила исследования вовсе или последний раз