

# ЦЕНОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Горобченко Д.В., Ожог М. С.

Последнее десятилетие XX века характеризуется большими изменениями рынка телекоммуникаций. Множество государственных операторов было приватизировано, а волна формирования конкурентной среды прокатилась по всему земному шару. Либерализация была вызвана множеством факторов, включая необходимость привлечения частных капиталов в абонентские сети, стремительный рост Интернет, развитие мобильных и беспроводных услуг, развитие международной торговли. Новые подходы к ведению бизнеса в данном секторе рынка начали применяться повсеместно.

Качественное ценовое регулирование имитирует конкуренцию на рынке в переходном периоде или в условиях монополизированного рынка. Основные цели ценового регулирования можно условно разделить на три группы: финансовые цели, цели эффективности и беспристрастности.

Финансовые цели должны гарантировать, что регулируемый оператор сможет получить достаточную прибыль для финансирования текущих издержек и будущих инвестиций. Такое минимальное количество средств часто называют «требуемым доходом».

Эффективность работы оператора подразумевает три аспекта. Первый — распределение — достигается, когда цены на услуги отражают их относительную необходимость. Эффективное производство, второй аспект, подразумевает наиболее оптимальное сочетание авансируемых средств и их минимизацию. Динамическая эффективность должна обеспечить увеличение полезности ресурсов.

Цели беспристрастности должны обеспечивать справедливое распределение всех выгод между потребителями и оператором, а также между различными социальными слоями.

На практике, как правило, невозможно достичь все поставленные цели. Поэтому регулятор часто должен идти на компромисс при проведении ценового регулирования.

Во многих странах традиционно ценовое регулирование в основном нацелено на достижение социальных целей. В таких случаях зачастую применяется дискреционное ценообразование, которое в некотором смысле может означать установление цены случайным образом,

часто без анализа экономического влияния такой политики. Ценовая структура обычно выглядит следующим образом: абонплата и цены на местные звонки меньше чем издержки на их предоставление. Образующийся дефицит компенсируется высокими ценами на междугороднюю и международную связь. Такая ценовая структура крайне несбалансированна. Подобное регулирование часто не позволяет функционировать оператору как нормальному экономическому субъекту и часто не позволяет оператору получать достаточную прибыль для покрытия всех расходов.

Ценовое регулирование с использованием нормы прибыли, в отличие от предыдущей методики, дает оператору возможность заработать достаточную прибыль. Суть метода довольно проста. Вначале рассчитывается необходимый уровень прибыли. Затем на каждый вид услуг устанавливаются такие цены, которые позволят оператору получать необходимый доход. Основным недостатком метода является отсутствие стимулов для регулируемого оператора повышать эффективность работы. Если оператор уменьшит уровень издержек, то регулятор, в свою очередь, уменьшит объем дохода. Поэтому данный метод часто применяется в различных вариациях, позволяющих в определенной мере избегать основные его недостатки. В основном они сводятся к формированию системы премий и штрафов.

Однако сегодня наибольшую распространенность получил метод регулирования с использованием ценового предела. Данный метод использует формулу, которая определяет максимально допустимое увеличение цены на какой-либо вид услуг в течение определенного периода времени. Формула составляется таким образом, чтобы позволить оператору покрывать неизбежные расходы, с учетом их роста со временем (например, инфляция или повышение налогов), путем повышения цен. Он также вынуждает оператора методично понижать цены на услуги и таким образом стимулирует оператора повышать эффективность работы. Кроме того, регулирование с использованием предельной цены защищает оператора от внутреннего вмешательства регулятора в работу оператора, а также защищает потребителей и конкурентов от чрезмерного повышения цен.

Таким образом, метод ценового регулирования с использованием граничной цены получил наибольшее распространение в последние годы, хотя он не отрицает использование других методов для достижения определенных целей.