

Государственные монополии Швейцарии завышают цены | Public Monopolies Raise Prices

Автор: Азамат Рахимов, Женева/Лозанна, 25. 09. 2012.



Штефан Майерханс зачитывает отрывки из многостраничного доклада

С таким заявлением выступил на прошлой неделе Общественный наблюдатель за ценами Штефан Майерханс. Из-за полного отсутствия конкуренции постоянно растут цены на железнодорожные перевозки, почтовые отправления, электричество и телефонную связь. | Stefan Meierhans, public monitor for prices, has published a report showing that the majority of public monopolies artificially inflate prices.

Сам по себе список товаров и услуг, цены на которые явно завышены, заставляет серьезно задуматься. О том, что Швейцария – дорогая страна, знают все. Но, как показали результаты исследования, проведенного Общественным наблюдателем за ценами, дело тут не только в укреплении франка по отношению к евро и доллару. Выяснилось, что государственные монополии необоснованно завышают стоимость, стремясь к постоянному увеличению доходов.

Само исследование, подтверждающее фактами каждый конкретный факт жадности конкретных компаний, не стало открытием. То, что монополии почти всегда завышают цены в погоне за сверхприбылью, – факт настолько самоочевидный, что даже не требует объяснения, считает Штефан Майерханс. Его, кстати, прозвали Monsieur Prix, что в переводе на русский может означать «Господин Цена». Именно он сумел добиться того, чтобы Швейцарские железные дороги (CFF) пошли на уступки и повышали цены постепенно на 5.7% вместо объявленных 6.4%. Благодаря ему пассажиры сэкономят в 2012 году около 35 млн. франков.

Майерханс обнаружил интересную закономерность между изменением курса франка по отношению к евро и ценами на товары и услуги внутри страны. «Цены на импортируемые товары постоянно колеблются из-за укрепления франка, – объяснял он на пресс-конференции. – А вот цены на целый ряд внутренних услуг неуклонно растут. Из-за того же отношения франк-евро цены на услуги, предлагаемые швейцарскими компаниями, становятся для европейских потребителей неподъемно высокими. Соответственно, падают объемы экспорта. И тогда швейцарские государственные монополии пытаются компенсировать убытки за счет увеличения цен внутри страны».

Такой замкнутый круг приводит к постоянно растущей разнице в цене, что сказывается и на импортируемых товарах. Сегодня, в среднем, разница в ценах со странами ЕС составляет +20%. В первую очередь, речь идет о стоимости электроэнергии, бензина/дизельного топлива, воздушных и железнодорожных перевозок, лекарств, телефонной связи и почты. Эти секторы экономики почти полностью заняты государственными монополиями: Swisscom, CFF, Billag и другие.

Еще одним фактором, влияющим на рост цен, является закрытость внутреннего рынка, что дает прекрасную возможность монополиям менять ценовую политику так, как им это нравится, считает Майерханс. Во многом благодаря его усилиям удалось несколько сдержать рост цен на лекарственные средства. Это позволило сэкономить почти 400 млн. франков. Тем не менее, эти результаты не идут в сравнение с миллиардными прибылями монополий.

Недавнее решение о переходе на безопасные источники электроэнергии обойдется потребителям в 100-150 млрд. франков. За последние два десятка лет цена на электричество стабильно снижалась до тех пор, пока не была одобрена программа о закрытии всех атомных станций в стране. Для того, чтобы покрыть финансовые расходы, стоимость 1 кВт/ч вырастет минимум на 15%.

Также удалось выяснить, почему тарифы на телекоммуникационные услуги от компании Swisscom стоят дороже остальных. В стоимость услуг, предоставляемых одним из самых крупных операторов Швейцарии, включены расходы на постройку станций и установку кабелей, говорится в отчете. При этом более 60% используемых кабелей и сопутствующих материалов были приобретены по заниженным ценам более 10 лет назад. А сегодня в отчетах они проходят по цене современных аналогов. Такая простая модель позволяет Swisscom зарабатывать в год дополнительно по несколько сотен миллионов франков.

«Наше исследование не стало ни для кого открытием, - объясняет Майерханс. - Мы уже неоднократно обращали внимание правительства и потребителей на необоснованное повышение цен, но ситуация меняется очень медленно. Крупные корпорации вкладывают миллионы в маркетинговые компании, успешно промывая всем нам мозги. Только последовательная политика контроля за ценами и рост самосознания покупателей позволят нам оказать реальное воздействие на принимаемые решения».



Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий
