

Количественные методы оценки структуры рынка. Коэффициент Лернера. Измерение уровня концентрации в отрасли. Роль крупного бизнеса в прогрессе экономики. Политика защиты конкуренции и антимонопольное законодательство. Основные способы и ограничения регулирования монопольных рынков. Российское антимонопольное законодательство.



# Количественные методы оценки структуры

## рынка

1. Пороговая доля

рынка.

2. Индекс

концентрации

Индекс концентрации для  $m$  крупнейших из общего числа ( $n$ ) компаний, выпускающих данный товар, рассчитывается как сумма  $m$  рыночных долей ( $k_i$ ) этих компаний:

$$CR = \sum_{i=1}^m k_i; \quad k_1 \geq \dots \geq k_m \geq \dots \geq k_n;$$

$$\sum_{i=1}^n k_i = 100.$$

3. Индекс Херфиндалю-

Хиршмана

ИИХ рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей (в процентах) всех субъектов рынка в общем его объеме:

$$ИИХ = \sum_{i=1}^n k_i^2.$$

4. Индекс

Линдса



# Коэффициент

**Лернера.** Коэффициент Лернера — экономический показатель монополизма конкретной фирмы, предложенный экономистом А. Лернером в 1934 году<sup>[1]</sup>.

Измерителем монополизма является доля в цене той величины, на которую цена реализации превышает предельные издержки и исчисляется:

$$L = \frac{(P - MC)}{P}$$

где  $P$  — цена;  $MC$  — предельные издержки.

Также коэффициент можно вычислить через эластичность спроса, как обратно пропорциональную величину:

$$L = -\frac{1}{E_d}$$

где  $E_d$  — эластичность спроса на продукцию фирмы.

*Коэффициент Лернера* имеет численное значение от нуля до единицы. Чем он больше, тем больше монопольная власть данной фирмы в своем секторе рынка. Считается, что в условиях совершенной конкуренции цена равна предельным издержкам и коэффициент становится равен нулю. Сама по себе монопольная власть не гарантирует высокую прибыль, поскольку прибыль зависит от отношения средних издержек к цене. Фирма может обладать большей монопольной властью, чем другая фирма, но получать при этом меньшую прибыль.



# Измерение уровня концентрации в отрасли

Уровень концентрации влияет на поведение фирм на рынке: чем выше уровень концентрации, тем в большей степени фирмы зависят друг от друга. Результат самостоятельного выбора фирмой объема выпуска и цены продукции определяется ответной реакцией действующих на рынке конкурентов. Уровень концентрации влияет на склонность фирм к соперничеству или сотрудничеству: чем меньше фирм действует на рынке, тем легче им осознать взаимную зависимость друг от друга, и тем скорее пойдут они на сотрудничество. Поэтому можно предположить, что чем выше уровень концентрации, тем менее конкурентным будет рынок.

Определение уровня концентрации само по себе не представляет большой проблемы. Но для использования показателей концентрации необходимо предварительно ответить на два вопроса:

1. Каковы границы рынка, который мы анализируем?
2. Что служит показателем «размера» фирмы на анализируемом рынке?



# Роль крупного бизнеса в прогрессе экономики.

Для достижения успеха крупная фирма должна создать:

1. Мощное производство;
2. Крупную сбытовую и маркетинговую сеть;
3. Развитую систему управления.

Если эти три взаимосвязанные задачи фирме удастся решить первой в своей отрасли, то она получит **“преимущество первого хода”**. Компании, добившиеся такого преимущества, обычно доминируют на рынке десятилетиями. Действительно, бросить вызов доминирующей фирме непросто. Масштабные инвестиции для проникновения на уже занятый рынок опасны потому, что фирма-новичок обречена на длительное отставание ввиду недостаточного опыта производства и работы на рынке, из-за больших фиксированных затрат, из-за необходимости перехватывать крупных заказчиков.



# Политика защиты конкуренции и антимонопольное законодательство.

Конкуренция представляет цивилизованную легализованную форму борьбы за существование и один из наиболее действенных механизмов отбора и регулирования в рыночной экономике. Из такого определения, предложенного словарем экономических терминов, следует, что защита конкуренции выступает как один из механизмов, поддерживающих и обеспечивающих эффективность экономики страны по всем направлениям.

Прежде всего конкурентный правопорядок регламентируется Конституцией РФ. Речь идет о положениях, в соответствии с которыми:

- в Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности (п. 1 ст. 8);
- не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (п. 2 ст. 34);
- в ведении Российской Федерации находится установление правовых основ единого рынка, то есть устанавливается федеральный уровень антимонопольного законодательства (п. «ж» ст. 71);
- на территории Российской Федерации не допускается установление таможенных границ, пошлин, сборов и каких-либо иных препятствий для свободного перемещения товаров, услуг и финансовых средств (п. 1 ст. 74).



**Антимонопольное законодательство** — это сложная и разветвленная сеть законов, судебных решений и правовых норм, комплекс правовых актов в странах с рыночной экономикой, направленных на поддержание конкурентной среды, противодействие монополизму и недобросовестной конкуренции. Все эти меры направлены на поддержание конкурентной среды, противодействие монополизму и недобросовестной конкуренции, на регулирование действий фирм и корпораций на рынке товаров и услуг, на рынке капиталов, отсекая те из них, которые признаются недобросовестными, некачественными по отношению к правам производителей и потребителей, а также просто вредными для общества.

Разработка и принятие антимонопольного законодательства — одно из самых важных средств государственного регулирования экономики. В современный период главная особенность этого законодательства состоит в том, что оно направлено на защиту так называемой олигополии как рыночного механизма.

Существуют две основные формы борьбы с монополиями:

1. Предупреждение создания монополий;
2. Ограничение использования монопольной власти.



# Основные способы и ограничения регулирования монопольных рынков.

- 1. Непосредственное установление цен на продукцию естественных монополистов.*
- 2. Косвенное регулирование цен через установление предельных величин прибыли или доходности.*
- 3. Использование конкурентных механизмов для передачи прав на производство продукции (оказание услуг) в условиях естественной монополии.*



# Российское антимонопольное законодательство

Антимонопольное законодательство России основано на Конституции и Гражданском кодексе РФ. Например, ст. 10 ГК РФ содержит положения, регламентирующие запрет применения гражданских прав в целях ограничения конкуренции.

Фундаментальным актом является закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ. В нём определены основы защиты конкуренции, а также методы подавления монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.

Федеральный закон «О естественных монополиях» от 17.08.1995 № 147-ФЗ регулирует отношения в условиях естественных монополий, формирование и создание которых иногда оправдано по причине возможности обеспечения рынка товарами лишь одним предприятием.

Помимо указанных актов, нормы **антимонопольного законодательства РФ** содержат:

1. Закон РФ «О недрах» от 21.02.1992 № 2395-1 в виде запрета, ограничения, дискриминации на пользование недрами.
2. Закон «О поставках продукции для федеральных государственных нужд» от 13.12.1994 № 60-ФЗ указывает на недопущение отказа заключения государственного контракта с поставщиками, занимающими доминирующее положение на рынке.
3. ФЗ «О связи» от 07.07.2003 № 126-ФЗ.
4. Иные акты.