IX Дальневосточная Школа-семинар
«Местное самоуправление на российском Дальнем Востоке»

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ОТДЕЛЬНЫХ РЫНКАХ: МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА

Новоселова Н.А., начальник отдела контроля
экономической концентрации Хабаровского УФАС России

15-17 декабря 2009 года, Хабаровск

В условиях беспрепятственного функционирования конкуренция выступает как главная двигательная сила развития производительных сил, научно-технического прогресса и повышения общественного благосостояния

Основные признаки, характеризующие наличие конкуренции:

- большое число покупателей и продавцов;
- отсутствие барьеров входа на рынок;
- независимость действий участников рынка;
- свобода в перемещении материальных, финансовых и трудовых ресурсов;
- полная и правильная информация о рынке;
- отсутствие дискриминации;
- инновационное поведение хозяйствующих субъектов.

Разработанный

Федеральной антимонопольной службой

Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке

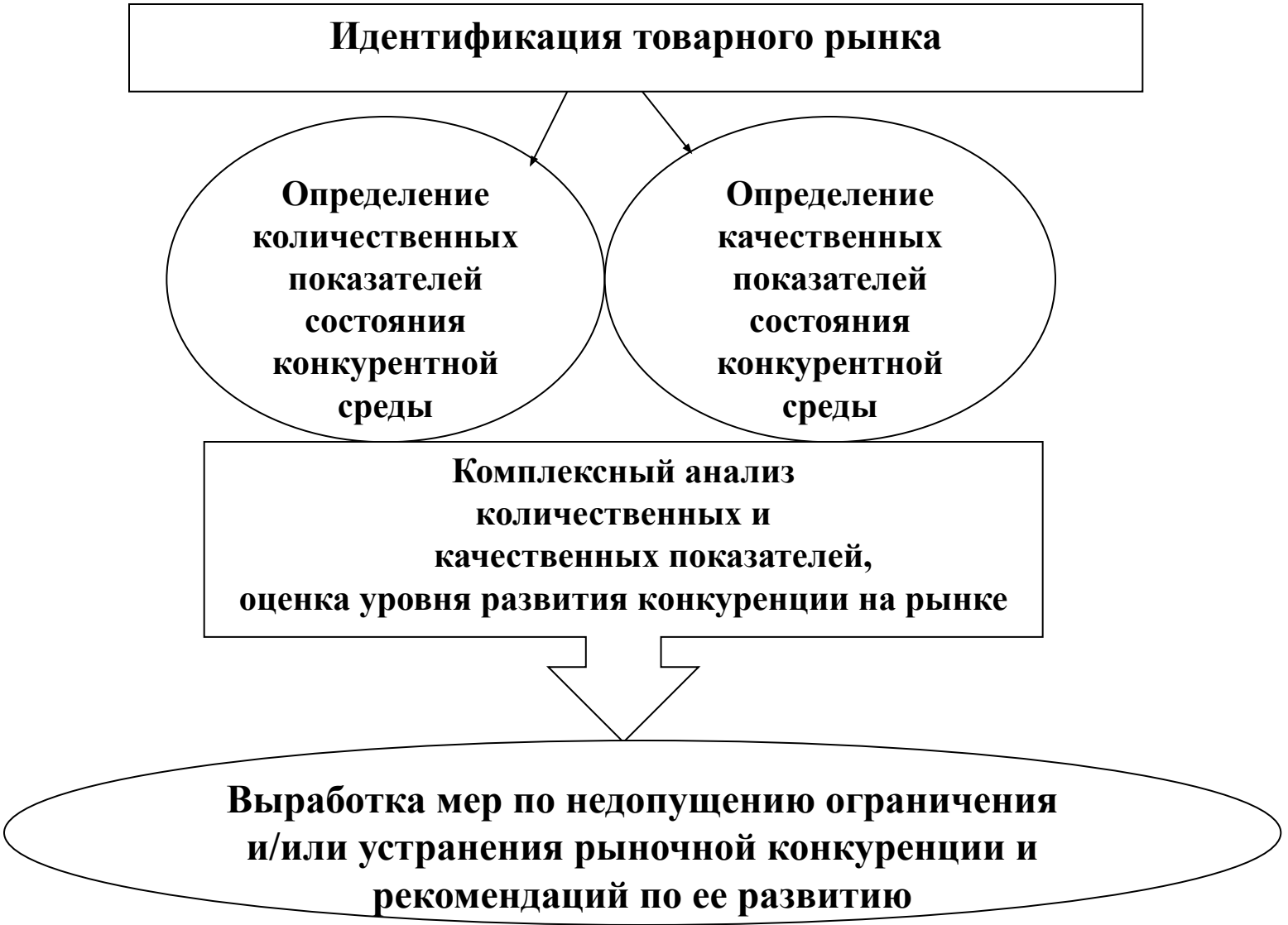
утвержден приказом ФАС России

от 25 апреля 2006 г. N 108.

При выборе приоритетных региональных товарных рынков можно руководствоваться следующими критериями

- социально-экономическая значимость рынка;
- соотношение спроса и предложения, степень удовлетворения спроса;
- степень концентрации производства;
- проявление монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции и др.

Алгоритм проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды товарных рынков



Определение барьеров входа на товарный рынок

экономические ограничения, в том числе:

- - необходимость осуществления значительных первоначальных капитальных вложений при длительных сроках окупаемости этих вложений;
- - ограниченная доступность финансовых ресурсов и более высокие издержки привлечения финансирования для потенциальных участников по сравнению с хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом рынке;
- - издержки выхода с рынка, включающие инвестиции, которые невозможно возместить при прекращении хозяйственной деятельности;
- - издержки получения доступа к необходимым ресурсам и правам интеллектуальной собственности, издержки на рекламу, издержки на получение информации;
- - транспортные ограничения;
- - отсутствие доступа потенциальных участников к ресурсам, предложение которых ограничено и которые распределены между хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом рынке;
- - преимущества хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом рынке, перед потенциальными участниками товарного рынка, в частности, по затратам на единицу продукции и по спросу на товар.

Определение барьеров входа на товарный рынок

административные ограничения, вводимые органами государственной власти и местного самоуправления и иными органами и организациями, наделенными правами данных органов, в том числе:

- - условия лицензирования отдельных видов деятельности;
- - квотирование;
- - ограничения ввоза-вывоза товаров;
- - требования обязательного удовлетворения определенного спроса, поддержания мобилизационных мощностей, сохранения рабочих мест и социальной инфраструктуры;
- - предоставление льгот отдельным хозяйствующим субъектам;
- - препятствия в отведении земельных участков, предоставлении производственных и иных помещений;
- - условия конкурсного отбора поставщиков товара для государственных и муниципальных нужд;
- - экологические ограничения, в том числе запрещение строительства производственных мощностей и объектов транспортной инфраструктуры;
- - стандарты и предъявляемые к качеству требования.

Определение барьеров входа на товарный рынок

стратегия поведения действующих на рынке хозяйствующих субъектов, направленная на создание барьеров входа на рынок, в том числе:

- - инвестирование в избыточные производственные мощности, позволяющие увеличить выпуск товара для целей ограничения новых участников рынка;
- - увеличение для покупателя издержек, связанных со сменой продавца, в том числе в результате предоставления скидок постоянным покупателям, заключения долгосрочных контрактов или выпуска взаимодополняющих товаров, не являющихся взаимозаменяемыми с продукцией других хозяйствующих субъектов;
- - инновационная деятельность;
- - проведение интенсивных рекламных кампаний и пр.

Итоговая оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке

Количество субъектов рынка	**Рыночные доли участников рынка**	**Степень рыночной концентрации (CR3 и HHI)**	**Барьеры входа/выхода и конкурентные ограничения**	**Динамика развития конкурентных отношений**	**Оценка (уровень развития конкуренции)**
Множество продавцов и покупателей	Небольшие примерно равные	CR3 < 45% HHI < 1000	Отсутствуют вход/выход свободный	Положительная	Рынок низкоконцентрирован с развитой конкуренцией
Ограниченное количество продавцов и множество покупателей	Несколько лидирующих субъектов и предприятий с малыми долями	45% < CR3 <70% 1000 < HHI < 2000	Присутствуют Вход/выход ограниченный	Разнонаправленная	Рынок умеренно концентрирован с недостаточно развитой конкуренцией
Один продавец и множество покупателей	100 %	70%< CR3 <100% 2000< HHI <10000	Присутствуют вход/выход блокирован	Отрицательная	Рынок высококонцентрирован с неразвитой конкуренцией