


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%<br>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%<br>1000 < HHI < 2000      | Присутствуют<br>Вход/выход ограниченный         | Разнонаправленная                        | Рынок умеренно концентрирован с недостаточно развитой конкуренцией |
| Один продавец и множество покупателей                     | 100 %  | 70% < CR3 < 100%<br>2000 < HHI < 10000    | Присутствуют вход/выход блокирован              | Отрицательная                            | Рынок высококонцентрирован с неразвитой конкуренцией               |