**Рекомендации по минимизации (определению, снижению, устранению) барьеров предпринимательской деятельности на приоритетных и социально значимых рынках субъекта Российской Федерации**

1. Барьеры входа на рынок - это любые факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического, экономического, финансового характера, препятствующие новым хозяйствующим субъектам вступить на данный товарный рынок и на равных конкурировать с уже действующими на нем хозяйствующими субъектами.

Процедура определения обстоятельств или действий, препятствующих или затрудняющих и ограничивающих хозяйствующим субъектам начало деятельности на товарном рынке, включает в себя:

- выявление наличия (или отсутствия) барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок;

- определение преодолимости выявленных барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок.

2. К барьерам входа на товарный рынок относятся:

а) административные ограничения, вводимые органами государственной власти и местного самоуправления и иными органами и организациями, наделенными правами данных органов (не противоречащие антимонопольному законодательству), 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;

б) 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;

- наличие экономически оправданного минимального объема производства, обусловливающее для хозяйствующих субъектов более высокие затраты на единицу продукции до момента достижения такого объема производства (эффект масштаба производства);

- преимущества хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом рынке, перед потенциальными участниками товарного рынка, в частности, по затратам на единицу продукции и по спросу на товар, по наличию долгосрочных договоров с приобретателями;

в) 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 приобретателя издержек, связанных со сменой продавца, в том числе в результате предоставления скидок постоянным приобретателям, заключения долгосрочных контрактов или выпуска взаимодополняющих товаров, не являющихся взаимозаменяемыми с продукцией других хозяйствующих субъектов;

- проведение интенсивных рекламных кампаний;

г) наличие среди действующих на рынке хозяйствующих субъектов вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, которое приводит к созданию барьеров входа на рынок, в том числе:

- создает преимущества для участников вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов по сравнению с другими потенциальными участниками рынка;

- требует необходимости участия потенциальных участников рынка в вертикальной интеграции, что увеличивает издержки входа на товарный рынок;

д) другие ограничения входа на товарный рынок.

3. Барьеры входа на товарный рынок анализируются:

а) с точки зрения возможности потенциальных продавцов, в том числе действующих на смежных рынках, стать участниками рассматриваемого товарного рынка;

б) с точки зрения возможности хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, расширить производственные мощности или объем продаж данного товара.

При определении наличия (или отсутствия) барьеров входа на товарный рынок учитывается возможность наличия барьеров входа на товарный рынок для крупных хозяйствующих субъектов при отсутствии таких барьеров для малых хозяйствующих субъектов, и наоборот.

4. Преодолимость барьеров входа на товарный рынок оценивается на основе сроков и величины затрат на преодоление таких барьеров.

Барьеры входа на товарный рынок считаются преодолимыми, если затраты на преодоление барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок экономически оправдываются доходами (преимуществами), которые получит (предполагает получить) хозяйствующий субъект, собирающийся войти на данный товарный рынок.

Необходимые для хозяйствующих субъектов сроки и затраты на преодоление барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок, а также преодолимость барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок могут оцениваться путем опроса фактических и потенциальных продавцов или отраслевых специалистов (экспертов).

 5. По каждому из рынков, входящих в перечень приоритетных и социально значимых рынков, осуществляется определение административных барьеров, экономических ограничений, иных факторов, являющихся барьерами входа на рынок (выхода с рынка).

5.1. С целью выявления избыточных административных барьеров анализируется влияние каждого из них на ситуацию на том или ином рынке.

 По результатам анализа административных барьеров рассматриваются следующие возможности их минимизации (устранения):

 - отмена административных процедур, предусмотренных административными регламентами и признанных избыточными;

 - сокращение времени рассмотрения заявлений и прилагаемых к ним документов, необходимых для ведения предпринимательской деятельности;

 - сокращение перечня необходимых для ведения предпринимательской деятельности документов, представляемых хозяйствующими субъектами в органы власти;

 - повышение открытости в процессе рассмотрения органами власти представленных хозяйствующими субъектами документов, необходимых для ведения предпринимательской деятельности.

 5.2. С целью уменьшения экономических ограничений может использоваться в частности:

 - облегчение доступности финансовых ресурсов для предпринимателей (в том числе льготное кредитование);

 - адресное представление государственных и муниципальных преференций[[1]](#footnote-1);

 - бизнес-инкубаторы и технопарки.

 Одним из обязательных условий уменьшения барьеров, является открытость деятельности органов власти и информационная поддержка предпринимателей в части информирования об улучшении условий предпринимательской деятельности.

 6. Устранение, снижение административных барьеров осуществляется в рамках реализации «дорожной карты» либо путем оперативного решения вопроса компетентными органами власти.

 Для ознакомления и использования в работе рекомендуются следующие источники:

 1. Научно-практический электронный журнал «Российское конкурентное право и экономика», публикуется на официальном сайте ФАС России по адресу: <http://fas.gov.ru/eljournal/>;

 2. Конкурентное право России. / Под ред. И.Ю. Артемьева, А.Г. Сушкевича. – М., 2014;

 3. Антимонопольная политика государства. Князева И.В. – Изд-во СибАГС., 2010;

 4. Приказ ФАС России от 29.04.2010 № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

1. Государственные или муниципальные преференции - предоставление федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями отдельным хозяйствующим субъектам преимущества, которое обеспечивает им более выгодные условия деятельности, путем передачи государственного или муниципального имущества, иных объектов гражданских прав либо путем предоставления имущественных льгот, государственных или муниципальных гарантий (пункт 20 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»). [↑](#footnote-ref-1)