

научно-практический журнал

современная конкуренция

2018. Том 12. № 6(72)

Издается с января 2007 года. Периодичность издания – 4 раза в год.

Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП)
Университет «Синергия»

ISSN 1993-7598

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований

Главный редактор

Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент Российской академии образования,
ректор Московского финансово-промышленного
университета «Синергия»

Редколлегия (редакционный совет)

Авдашева Светлана Борисовна

доктор экономических наук, профессор,
зам. директора Института анализа предприятий
и рынков НИУ ВШЭ

Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, академик РАЕН,
действительный член Международной Академии
менеджмента, зам. директора Центрального
экономико-математического института РАН

Князева Ирина Владимировна

доктор экономических наук, профессор,
зам. директора Сибирского института управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

Коваленко Александр Иванович

кандидат экономических наук, доцент,
заместитель главного редактора журнала

Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор,
зам. кафедрой Банковского дела СГСЭУ

Леднев Владимир Алексеевич

доктор экономических наук, профессор, первый
проректор Московского финансово-промышленного
университета «Синергия»

Манев Иван

профессор кафедры менеджмента Университета Мейна,
декан Колледжа бизнеса, государственной политики
и здравоохранения (США)

Моррис Майкл

профессор, декан факультета предпринимательства
Университета Оклахомы (США)

Осипенко Олег Валентинович

доктор экономических наук, заведующий кафедрой
управления холдингами Института экономики бизнеса
ТПП РФ, генеральный директор консалтинговой компании
«Ринкон-гамма»

Платонова Елена Дмитриевна

доктор экономических наук, профессор, заведующий
кафедрой экономической теории и менеджмента
ФГБОУ ВО «МПУ»

Светульников Сергей Геннадьевич

доктор экономических наук, профессор,
зам. кафедрой Экономической кибернетики
и экономико-математических методов СПбГУЭФ

Смайлор Рэй

профессор кафедры инноваций и технологий
Школы бизнеса им. Нили при Техасском
христианском университете (США)

Сушкевич Алексей Геннадьевич

кандидат экономических наук,
начальник Аналитического управления ФАС

Шаститко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор
МГУ им. М. В. Ломоносова

Шиндэхут Минэт

профессор кафедры предпринимательства
школы менеджмента им. Уитмена Сиракьюсского
университета (США)

Широкова Галина Викторовна

доктор экономических наук, профессор,
директор Центра предпринимательства
Высшей школы менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета

Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук,
профессор Финансового университета
при Правительстве РФ,
член Европейской ассоциации истории бизнеса

Журнал «Современная конкуренция» индексируется
в российских и зарубежных базах научной периодики:
eLIBRARY (ПИНЦ), ВИНТИ, Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

**Учредитель и издатель: Негосударственное образовательное частное учреждение
высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»**

Адрес редакции и издателя:
129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр. 1 (юр.)
125190, Москва, ул. Планетная, д. 36, оф. 301, 302
Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04)

e-mail: edit@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

© Университет «Синергия»

JOURNAL OF MODERN COMPETITION

2018. Vol. 12. No. 6(72)

Published since 2007; periodicity: four times a year

**Russian Association for Entrepreneurship Education (ICSB-Russian)
Synergy University**

ISSN 1993-7598

Editor-in-Chief

Yuriy Rubin

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Rector of Moscow University for Industry and Finance "Synergy", fellow of the International Academy of Higher Education Sciences, associate member of the Russian Academy of Education, Honorary Educator of the Russian Federation.

Editorial Board

Svetlana Avdasheva

Dr of Economics, Professor, deputy director of the Institute for Industrial and Market studies (HSE)

Georgiy Kleiner

Dr of Economics, Professor, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Academy of Natural Sciences, Deputy of the International Academy of Management, Director of the Central Economics and Mathematics Institute

Irina Knyazeva

Dr of Economics, Professor, Deputy of Siberian Institute of Management (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration)

Aleksandr Kovalenko

PhD in Economics, Associate Professor, Deputy-Editor-in-Chief

Yuriy Korobov

Dr of Economics, Professor, Chairman of Banking Department (SSSEU)

Vladimir Lednev

Dr of Economics, Professor, First Vice-Principal of Moscow University for Industry and Finance "Synergy"

Ivan Manev

Professor of Management at the University of Maine, Dean of the College of Business, Public Policy and Health (USA)

Michael Morris

Professor, Dean of the Faculty of Business

Oleg Osipenko

Dr of Economics, General Director of «Rincon-Gamma Ltd.» at the University of Oklahoma (USA)

Elena Platonova

Dr of Economics, Department of Economic Theory and Management, Moscow Pedagogical State University

Sergey Svetunkov

Professor, Chairman of Department of Economic Cybernetics and mathematical economics (SPSUEF)

Raymond Smilor

Professor of Innovation and Technology Business School at Texas Christian University (USA)

Aleksey Sushkevich

Dr of Economics, Head of Analytical Department (Federal Antimonopoly Service, Russia)

Andrey Shastitko

Dr of Economics, Professor of the Moscow State University

Minet Schindehutte

Professor of business management school at Syracuse University (USA)

Galina Shirokova

Dr of Economics, Professor, Director of the Center for Entrepreneurship, Graduate School of Management, St. Petersburg State University

Andrey Yudanov

Dr of Economics, Professor of Finance University under the Government of the Russian Federation, a member of the European Association of Business History

The journal is included into the Russian and international scientific databases: eLIBRARY (Russian Science Citation Index), VINITI (Russian Academy of Sciences), Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Publisher: Moscow University for Industry and Finance «Synergy»

Publisher address: 9/14 s. 1, Meshchanskaya str., Moscow, 129090, Russia
Editorial office address: of. 301; 36, Planetnaya str., Moscow, 125319, Russia
Tel: +7 (495) 987-43-74 (ext. 33-04)

e-mail: edit@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

© Moscow University for Industry and Finance «Synergy»

Содержание

Антимонопольное регулирование

Павлова Н. С., Мелешкина А. И.

Внутрисетевой роуминг в России: а есть ли рынок? 5

Ионкина К. А., Шаститко А. Е.

Отмена роуминга в Евросоюзе: уроки для России 16

Шаститко А. А.

Ценовая дискриминация:
экономическая теория и практика правоприменения 27

Теория конкуренции

Князева И. В.

Конкурентная культура в фокусе содержательных положений
образовательных и профессиональных стандартов 39

Курнышева И. Р.

Национальный план развития конкуренции и цифровая экономика 53

Национальная конкурентоспособность

Мазурова Е. К., Сычева К. Г.

Новые направления экспортной стратегии России 63

Шпилев Д. А., Никитская Е. Ф.

Анализ конкурентного положения Ярославского региона
в сфере формирования механизмов устойчивого развития территории 81

Отраслевые рынки

Якунин С. В.

Структура банковского сектора России: вчера, сегодня, завтра 93

Плясова С. В., Мирзоян Н. В.

Финтех и «Вторая платежная директива» как фактор развития конкуренции
в банковском секторе Европейского союза 105

Васильев А. И.

Формализованность внутривузовской системы управления
конкурентоспособностью 117

Теория предпринимательства

Пиньковецкая Ю. С.

Отраслевая специализация субъектов
малого и среднего предпринимательства в России:
анализ занятости. 125

Contents

Antitrust regulation

N. Pavlova, A. Meleshkina

Intranet roaming: is there a market? 5

K. Ionkina, A. Shastitko

Removal of roaming in the EU: Lessons for Russia 16

A. Shastitko

Price discrimination:

economic theory and law enforcement practice 27

The theory of competition

I. Knyazeva

Competitive culture in the focus of substantive provisions

of educational and professional standards 39

I. Kurnysheva

National development plan for the competition and digital economy. 53

National competitiveness

E. Mazurova, K. Sycheva

New directions of Russian export strategy 63

D. Shpilev, E. Nikitskaya

Competitive positions analysis of the Yaroslavl region

in the sphere of mechanisms formation for sustainable development

in the conditions of innovative transformation of the territory 81

Industry markets

S. Jakunin

Russian banking sector structure: yesterday, today, tomorrow. 93

S. Plyasova, N. Mirzoyan

FinTech and «Payment Services Directive–2»

as a factor to develop competition in the banking sector

in the European Union. 105

A. Vasilev

Formalization of the internal university competitiveness management system 117

Entrepreneurship theory

I. Pinkovetskaia

Industrial specialization of subjects

small and medium entrepreneurship in Russia:

employment analysis 125

Павлова Н. С., канд. экон. наук, зам. директора Центра исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, доцент кафедры конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ, pavlova-ns@ranepa.ru

Мелешкина А. И., научный сотрудник Центра исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, meleshkina-ai@ranepa.ru

Внутрисетевой роуминг в России: а есть ли рынок?

Текущее дело ФАС России в отношении крупнейших операторов сотовой связи в связи с неоправданным назначением ими разных цен за услуги связи во внутрисетевом роуминге и в домашнем регионе ставит вопрос о том, насколько корректно считать такие услуги «одним и тем же товаром» в понимании антимонопольного определения границ рынков. Для услуг связи характерна высокая степень комплементарности, в том числе транзакционной. В антимонопольной практике для определения границ рынков в подобных ситуациях, кроме узкого способа определения границ, применяются подходы кластерных рынков и рынков товаров в наборах. В статье подробно рассматриваются данные подходы, описываются критерии их использования и обосновывается применимость данных подходов к услугам сотовой связи.

Ключевые слова: антимонопольное регулирование, кластерные рынки, продажи в наборах, внутрисетевой роуминг, мобильная связь.

Введение

В 2017 году ФАС России выдала предупреждения «большой четверке» операторов сотовой связи в связи с обнаружением признаков необоснованного назначения разных цен на один и тот же товар — на услуги мобильной связи в домашнем регионе и во внутрисетевом роуминге. В 2018 году против трех операторов («МТС», «Вымпелком» и «Мегафон») были возбуждены дела о нарушении антимонопольного законодательства, поскольку, по мнению антимонопольного органа, требования предупреждений не были выполнены. Нарушение квалифицируется как злоупотребление доминированием в составе коллективного доминирования (что само по себе является достаточно неоднозначной практикой в России, см. [Шаститко, 2011; Shastitko, 2011]), однако поскольку речь идет именно о назначении разных цен на один и тот же товар, вопрос о границах товарного рынка стоит, пожалуй, еще более остро, чем в иных случаях

злоупотребления доминированием. Что мы подразумеваем под товаром, говоря об услугах мобильной связи? Каковы границы товарных рынков? Какие элементы взаимозаменяемы, а какие взаимодополняемы? Что есть единица товара? Как определить, что является «одним и тем же» товаром, а что все же представляет собой разные товары? Данные вопросы становятся ключевыми при попытках обоснования наличия или отсутствия ценовой дискриминации¹ на рынках мобильной связи, поскольку, как знает любой потребитель, тариф любого оператора имеет достаточно сложную структуру, складывающуюся из множества элементов в разных пропорциях, каждый из которых обладает определенной степенью дополняемости по отношению к другим. Насколько оправданно в такой ситуации относить отдельные элементы тарифа к самостоятель-

¹ Об особенностях установления нарушения в форме ценовой дискриминации на рынках сотовой связи см. статью (Шаститко, 2018) в этом же номере.

ным товарным рынкам, и если оправдано, то какие элементы могут рассматриваться таким образом?

Цель данной статьи — предложить несколько альтернативных подходов к интерпретации границ рынка для услуг мобильной связи в контексте антимонопольных дел о внутрисетевом роуминге и определить, какими факторами предопределяется возможный выбор в пользу той или иной альтернативы.

В первом разделе обозначены особенности мобильной связи, которые обуславливают существование альтернативных подходов к определению границ товарных рынков. Второй и третий раздел посвящены описанию двух аналитических альтернатив: концепции кластерных рынков и определению границ рынка через наборы.

Специфика услуг мобильной связи при определении границ товарных рынков

Понимание того, что является товаром, варьируется в зависимости от ситуации. Так, в конкурентной политике, в частности в ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции) товар определяется следующим образом: *«Товар — объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот»*.

Также в понимании товара в целях осуществления конкурентной политики важную роль играет приказ Федеральной антимонопольной службы от 28 апреля 2010 г. № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее — Приказ № 220). Один из элементов Приказа № 220 — определение продуктовых границ рынка, которое подразумевает определение круга взаимозаменяемых товаров. Эта совокупность взаимозаменяемых товаров и будет впослед-

ствии рассматриваться как товар с точки зрения конкурентной политики в том смысле, что именно на рынке этого определяемого таким образом товара и будет проводиться анализ (оценка барьеров входа, уровня концентрации и т.д.) в ходе проведения конкурентной политики. При этом важно, что элементы данной совокупности взаимозаменяемы друг с другом. Согласно ст. 4 Закона о защите конкуренции *«взаимозаменяемые товары — товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях)»*.

То есть когда стоит вопрос о том, относятся ли два товара, которые могут быть, например, товарами двух разных брендов, к одному рынку, нужно проверить, являются ли они взаимозаменяемыми функционально, а также по другим параметрам, в глазах потребителей. Только тогда последующие элементы Приказа № 220 имеют смысл, так как, оценивая долю компании на определенном таким образом рынке, мы устанавливаем, какая доля рынка неподконтрольна конкретной компании и, соответственно, составляет альтернативу для потребителей, которые могут на нее переключиться, если цена, качество или другие важные характеристики товара, реализуемого этой компанией, его будут не устраивать. То есть такие альтернативы оказывают конкурентное давление на компанию, так как потребители могут переключаться между ними и товаром компании в силу их взаимозаменяемости, и совокупность товаров, оказывающих друг на друга конкурентное давление, составляет продуктовые границы рынка.

Многие товары состоят из некоторого числа компонентов. Например, автомобиль, который можно «разложить» на кузов, двигатель, колеса и другие элементы. При этом

возникают следующие проблемы при определении того, что является товаром с точки зрения проведения конкурентной политики. Во-первых, не всегда понятно, относится ли какая-то часть к товару или ее нужно рассматривать как отдельный рынок. Такая проблема возникает, в частности, когда речь идет о товаре длительного пользования и соответствующем сменном элементе (расходном материале), например в случае ксероксов и картриджей [Borenstein, MacKie-Mason, Netz, 1995; Hovenkamp, 1992–1993; Шаститко, 2015]. С одной стороны, оба компонента не имеют смысла для потребителя по отдельности с точки зрения функционального назначения и, соответственно, при переключении (следовательно, при установлении взаимозаменяемости) потребитель должен рассматривать их вместе. С другой стороны, наличие независимых производителей расходных материалов говорит о том, что такие материалы составляют отдельный рынок. Во-вторых, элементы могут быть равноценными, например, как операционная система и само устройство или кузов и двигатель автомобиля. Тогда вопрос заключается в том, на основании чего можно говорить о разных рынках для каждого из таких элементов. Наконец, есть так называемые корзины товаров или комплекты, где товары могут иметь разную степень самостоятельности. Некоторые из таких комплектов состоят из элементов, соответствующих отдельным рынкам. В других случаях сами комплекты могут рассматриваться как товары в рамках проведения конкурентной политики. Тогда разные наполнения комплектов могут рассматриваться как характеристики таких товаров, и в случае наличия разных наполнений рассматриваемый рынок будет являться рынком дифференцированного товара [Motta, 2004, с. 460–482; Economides, Lianos, 2009]. То, что объединяет все эти три случая, — это комплементарность между рассматриваемыми элементами. При этом либо два (или более) элемента составляют один товар, который впослед-

ствии будет сопоставляться с другими товарами с похожими свойствами для выявления их взаимозаменяемости; либо два (или более) элемента составляют разные товары. То есть один и тот же потребитель приобретает совокупность элементов, которые могут составлять один товар или разные товары. Комплементарный характер заключается также в том, что разные потребители не могут приобрести разные элементы и использовать их в одинаковых целях.

В связи с тем, что основанием для определения взаимозаменяемости является (потенциальное) переключение между товарами потребителей, которое зависит от функционального наполнения и других характеристик потенциально взаимозаменяемых товаров, комплементарность именно по потреблению представляется основным фактором. Однако продажа связанных между собой элементов, в том числе комплектов, может быть также обусловлена производственными особенностями, а именно, комплементарностью по производству, когда при производстве единицы одного рассматриваемого элемента происходит производство другого (или значительно снижаются издержки производства другого). Рассмотрим комплексный характер услуг связи, где присутствует комплементарность как по потреблению, так и по производству.

Специалисты ОЭСР в 2014 г. подготовили обзор лучших практик по определению границ рынков в сфере телекоммуникаций для целей совершенствования конкурентной политики и отраслевого регулирования в Колумбии [OECD, 2014]. В документе затрагивались методологические сложности определения в том числе продуктовых границ рынков телекоммуникаций, основные из которых обусловлены взаимодополняемостью различных видов связи. Отмечалось, что в результате наличия высокой взаимодополняемости по производству и потреблению чрезмерно узкое определение границ рынка может не отражать испытываемое в реальности фирмами конкурентное давле-

ние. При этом важно отметить, что для телекоммуникационных рынков характерно такое сочетание взаимодополняемости одновременно и по производству, и по потреблению.

Взаимодополняемость по производству проистекает из особенностей технологии. В частности, одни и те же сети используются для осуществления разных видов соединений в рамках одной услуги связи. Услуги связи в домашнем регионе и услуги связи во внутрисетевом роуминге могут быть рассмотрены как совместно производимые продукты (комплементарность по производству). Категория совместно производимых продуктов (joint products) подразумевает наличие единого производственного процесса с получением нескольких продуктов/услуг [Шаститко, Мелешкина, Шаститко, 2015; Deevski, 2016] (рис. 1).

Обеспечение сигнала между городами и внутри городов является в этом случае общим процессом производства, а услуги связи в домашнем регионе и услуги связи в роуминге совместно производимыми продуктами. В рамках стратегии ЕС по переходу операторов, оказывающих услуги связи в роуминге, на модель единого тарифа (Roam like at home) определены два вида издержек предоставления данных услуг [ЕС, 2016]: прямые издержки оказания услуг связи в роуминге; совместные издержки оказания услуг в роуминге и в домашнем регионе. Важно отметить, что в случае совместно производимых продуктов компания обеспечивает рентабельность производства, исходя из всей совокупности производимых

продуктов/услуг [Шаститко, Шаститко, 2015; Hilton et al., 2005].

Вторым фактором взаимодополняемости представляется взаимодополняемость по потреблению (спросу). Она возникает вследствие того, что потребители предпочитают приобретать сразу несколько видов связи. Это может объясняться стремлением потребителей к удобству и экономии собственных транзакционных издержек (например, им может быть удобнее, чтобы счет им выставлялся одновременно за пользование несколькими видами связи).

При этом потребители покупают такие комплекты в зависимости от своих предпочтений. Потребители мобильной связи обладают разными предпочтениями относительно разных элементов мобильной связи (звонки, сообщения, Интернет, звонки в роуминге и т.д.), например, относительно услуг связи в домашнем регионе и во внутрисетевом роуминге. Здесь это может быть связано с тем, что частота поездок по России потребителей варьируется от регулярных и длительных до полного отсутствия таких поездок. Для первого типа потребителей звонки в роуминге являются важным элементом и, соответственно, характеристикой при выборе тарифа как товара. Для других потребителей наиболее важным элементом может оказаться Интернет, так как, например, им приходится много работать в местах без иного доступа к Сети. Также потребители могут предпочитать оплачивать возможность разговаривать в роуминге заранее, чтобы не совершать дополнительные транзакции перед поездкой,

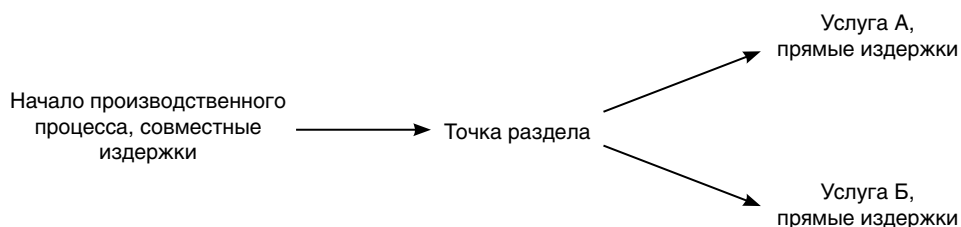


Рис. 1. Схема совместного производства

Fig. 1. Joint production scheme

даже если собираются в поездку не со 100%-й вероятностью. Такая ситуация наиболее реальна для корпоративных клиентов оператора. Другие потребители могут предпочитать оплачивать услугу в роуминге отдельно за каждый день пребывания в роуминге, чтобы не платить за дни, когда они не находятся в роуминге. Таким образом, не просто сочетание элементов имеет значение, но и параметры доступа и способ оплаты. Наличие разных тарифов (меню контрактов) позволяет компании удовлетворить предпочтения потребителей наиболее точно, а потребителям не платить за то, что им не нужно. Таким образом, рассматривая рынки мобильной связи, мы имеем дело с дифференцированными товарами, где компании конкурируют друг с другом как снижая цену, так и предлагая тарифы с разными характеристиками, пытаясь уловить предпочтения потребителей.

Исходя из перечисленных выше особенностей рынков мобильной связи (и в первую очередь, высокой взаимодополняемости), на основе анализа мировой практики можно выделить три основных подхода к интерпретации продуктовых границ рынка:

1) определение границ исходя из концепции кластерных рынков;

2) определение границ рынка как рынка товаров, продающихся в наборах;

3) узкое определение каждого вида связи или отдельного вида телефонного соединения как индивидуального рынка.

Третий вариант не нуждается в подробном комментарии. Однако, опережая выводы последующего анализа, стоит отметить, что при таком подходе потенциально упускаются важные аспекты комплементарности между видами связи, являющиеся ключевыми факторами выбора потребителя.

Концепция кластерных рынков и рынки мобильной связи

Концепция кластерных рынков — скорее, конструкция из области практики антитраста, чем экономической теории. Понятие

«кластерного рынка» было впервые использовано в США в решении Верховного суда по делу *United States v. Philadelphia National Bank* (1963) относительно рынка банковских услуг и с тех пор активно применяется для целей антимонопольного законодательства. В дальнейшем концепция была распространена судами и на другие области, такие как продуктовые супермаркеты, универмаги и медицинские услуги. Во всех этих случаях многопродуктовые фирмы предлагают покупателям множество продуктов или услуг, которые, по сути, не являются взаимозаменяемыми в глазах потребителей, однако наиболее эффективным способом их анализа представляется их объединение в общие единые продуктовые рынки. Эффективность такого подхода обеспечивается следующим:

1) отдельное рассмотрение рынка каждого продукта было бы сопряжено со слишком высокими издержками;

2) полученные в результате раздельного анализа данные о состоянии конкуренции на каждом из рынков в конце концов все равно сводились бы приблизительно к одному результату. Иными словами, уже по предварительному анализу понятно, что на всех узко определенных рынках действует примерно один и тот же состав игроков со схожим распределением долей между ними, а также схожими являются характеристики барьеров входа и выхода. Таким образом, если раздельный анализ каждого рынка и будет проведен (и соответствующие издержки понесены), то полученный результат не будет существенно отличаться от результатов, которые могли бы быть получены путем применения подхода кластерных рынков. В таком случае именно кластерные рынки обеспечивают наибольшую эффективность анализа, поскольку при тех же результатах позволяют экономить издержки правоприменения.

В современной практике понятие кластерных рынков используется в двух значениях [Cerilli, 2016]. Одно из них — как отмечалось, аналитическое группирование невзаимозаменяемых товаров в один

рынок в целях упрощения анализа. В таком значении данный подход предполагает, что рассматриваемые товары изначально не продаются в наборах самим производителем. Одно из наиболее полных описаний такой концепции кластерных рынков в практике антимонопольного регулирования в США было дано в рамках дела *ProMedica Health System, Inc. v. Federal Trade Commission* (2014) [Cerilli, 2016]. Речь шла о слиянии больниц, каждая из которых предоставляла сотни медицинских услуг, которые не были взаимозаменяемы. Однако отдельное рассмотрение каждого из таких рынков не использовалось — было принято решение о том, что, поскольку для каждой из таких услуг условия конкуренции были схожими, целесообразно было аналитически объединить их и рассматривать в рамках единых границ товарного рынка.

Другой пример — дело *Brown Shoe Co. v. United States* (1962), где в качестве продуктовых границ затронутых рынков были взяты мужская, женская и детская обувь в целом, несмотря на невзаимозаменяемость между собой отдельных размеров и моделей.

Согласно второму значению кластерные рынки возникают там, где покупатели предъявляют спрос, а производители предлагают несколько продуктов или услуг совместно. Условиями возникновения таких рынков является транзакционная взаимодополняемость между отдельными составляющими набора, которая наблюдается там, где экономия от разнообразия приводит к снижению транзакционных издержек для покупателя. При таком подходе транзакционная взаимодополняемость между продуктами/услугами — фактически основной критерий, по которому рынки могут быть объединены для рассмотрения в кластеры [Ayres, 1985]. Транзакционная комплементарность означает, что покупка данных товаров у одного поставщика обеспечивает существенное снижение транзакционных издержек для потребителя. В ином случае комплементарность может существовать, но покупка товаров у разных производителей

не повлечет для потребителя существенных транзакционных издержек (например, в случае автомобиля и бензина).

В указанном (втором) значении кластерные рынки приближаются к рынкам товаров в наборах, на которых покупатели не готовы переходить на индивидуальное приобретение каждого компонента в связи с появлением дополнительных издержек от такого варианта.

Таким образом, во втором значении кластерные рынки фактически синонимичны продажам в наборах; в первом же случае строгого включения в набор может и не быть, но условия конкуренции для разных товаров настолько схожи (например, на рынках одни и те же участники, их рыночное положение на разных рынках схоже, схожи и стратегии поведения), а взаимодействия по разным товарам настолько взаимосвязаны, что их рассмотрение в качестве отдельных товарных рынков нецелесообразно, поскольку может привести к существенному повышению вероятности ошибки I рода (в терминологии экономического анализа права — вероятность наказания невиновных).

Для иллюстрации феномена кластерных рынков в обзоре [OECD, 2014] приводится в пример кейс² из практики Европейской комиссии, касавшийся дела против FAG (владельцев Франкфуртского аэропорта). FAG обвинялись в злоупотреблении доминирующим положением путем отказа авиакомпаниям в праве самим или с помощью третьих лиц осуществлять наземное обслуживание. Конкретно в решении необходимо было установить, занимают ли FAG доминирующее положение на рынке наземного обслуживания, для чего необходимо было определить, существует ли отдельный рынок наземного обслуживания или же он входит в состав общего набора услуг аэропортового обслуживания, связанных с обеспечением

² Commission Decision 98/190/EC of 14 January 1998, IV/34.801, FAG/Flughafen Frankfurt/Main AG, O. J. [1998] L 72/30.

ем взлета и посадки воздушных судов. FAG настаивали на том, что в связи с высокой комплементарностью услуг данные услуги стоит рассматривать как единый рынок, однако Еврокомиссия посчитала по-другому, выделив наземное обслуживание в отдельный рынок. Основные аргументы заключались в том, что 1) со стороны спроса — пассажиры платили за наземное обслуживание отдельно, 2) со стороны предложения — хотя предоставление аэропорта для взлета и посадки обладает характеристиками рынка естественной монополии, но конкретно наземное обслуживание могло предоставляться на конкурентной основе, что подтверждалось примером ряда других аэропортов. По мнению Комиссии, взаимодополняемость услуг была не настолько высокой, чтобы их «необходимо было приобретать у одного поставщика».

Таким образом, проверка наличия кластерного рынка должна включать, в частности, оценку указанных трех факторов:

- платят ли покупатели отдельно за каждую услугу;
- может ли существовать конкуренция по ее предоставлению (или, в противном случае, является ли степень взаимодополняемости настолько высокой, что рассматриваемые услуги необходимо приобретать у одного поставщика);
- существенно ли отличаются условия конкуренции на рынках, которые могут быть объединены в кластер.

В Гонконге концепция кластерных рынков и способы их определения напрямую прописаны в методических документах регулятора³. Факторы, которые необходимо учесть при проверке на наличие кластерного рынка, сводятся к следующим:

- приведет ли отказ от набора в пользу раздельной продажи к различным издержкам для потребителя;

- издержки перехода от набора к раздельной продаже значительны по сравнению с ценой набора;

- спрос на компоненты набора коррелирует среди разных покупателей, или, альтернативно, предопределяется одним ключевым компонентом;

- доля рынка поставщика, рассчитанная для одного компонента, меняется вместе с долей, рассчитанной для другого компонента, в ответ на изменение цены.

Последний критерий, как видим, отражает концепцию перекрестной ценовой эластичности спроса, которая для комплементарных товаров должна быть отрицательной⁴.

Рассмотрим далее, насколько перечисленные критерии подходят для описания рынков услуг мобильной связи — и насколько целесообразно выделять услуги связи во внутрисетевом роуминге в отдельный рынок.

Как уже отмечалось, услуги связи во внутрисетевом роуминге не взаимозаменяемы с услугами связи в домашнем регионе, а взаимодополняемы. Комплементарность при этом носит двойной характер. С одной стороны, операторы, развивая свою сеть, создают мощности, которые могут быть использованы для предоставления услуг и в домашнем регионе, и во внутрисетевом роуминге — о чем подробнее уже было сказано в первом разделе статьи. С другой стороны, налицо и транзакционная комплементарность, когда потребителю удобно покупать различные компоненты, составляющие тарифный план, у одного поставщика — включая услуги в домашнем регионе и во внутрисетевом роуминге. Источников транзакционной комплементарности при этом несколько. Во-первых, это связь тарифного плана и сим-карты с определенным номером. Если абонент хочет воспользоваться одним оператором для звонков в домашнем регионе и другим для звонков за его

³ Telecommunications Authority Guidelines: Mergers and Acquisitions in Hong Kong Telecommunications Markets, CB (1) 2416/10–11 (02). <http://www.legco.gov.hk/yr09-10/english/bc/bc12/papers/bc120607cb1-2416-2-e.pdf>.

⁴ Если цена на товар А растет, то падает объем спроса и на товар А, и на дополняющий товар Б.

пределами⁵, то возникает необходимость приобретения другой сим-карты, при этом не отказываясь от первой, что означает, что на второй сим-карте будет другой номер. Во-вторых, удобство взаимодействия с одним оператором, включая заключение договора и оплату по единому выставленному счету. В-третьих, экономия когнитивных издержек, которая возникает в результате того, что потребитель приобретает у одного оператора возможность использовать все основные услуги связи вместе, без необходимости самостоятельно анализировать и собирать весь свой тариф из составных частей.

Как было показано, использование концепции кластерного рынка во втором значении близко к рассмотрению рынка наборов. Рассмотрим, как границы рынков услуг мобильной связи могут быть рассмотрены в терминах наборов.

Рынки мобильной связи как рынки товаров, продающихся в наборах

Стратегия продажи продуктов в наборах имеет две основные формы: в чистом виде данная стратегия предполагает, что продукты продаются только в наборах; смешанная стратегия имеет место, когда продукты продаются и в наборах, и по отдельности. Соответственно, во втором случае рынок может быть определен двояко: либо наборы представляют отдельный рынок, а конкретные продукты — отдельный, либо наборы и их отдельные компоненты образуют один

рынок. Продажа товаров в наборах способна приводить к снижению издержек на стороне производителя, а также на стороне потребителя, благодаря чему может быть эффективной практикой.

Стратегия продажи в наборах неоднозначно оценивается в антимонопольной политике с точки зрения возможных отрицательных и положительных последствий (в частности, существует негативное отношение к практике так называемых «связанных продаж» (tying)). Вместе с тем основные возможные отрицательные последствия, которые рассматриваются зарубежными антимонопольными органами в этой связи, — хищничество, навязывание товара низкого качества и создание ограничений для входа на рынок [OECD, 2014, р. 37–38]. В то же время, для того чтобы расследовать данные формы злоупотреблений, необходимо определить границы релевантного рынка. В этом случае возникают два вопроса: относятся ли два разных набора к одному и тому же рынку и относится ли набор к одному рынку с его компонентами.

Как уже было отмечено, потребители могут предпочитать приобретать компоненты именно в наборе вследствие наличия экономии трансакционных издержек (как, например, домашний компьютер, компоненты которого сначала можно закупить по частям, а потом пригласить специалиста, чтобы он осуществил сборку и наладку, если собственных навыков и знаний недостаточно). Для определения границ рынков следует определить, имеется ли независимый спрос на компоненты. Используемый Еврокомиссией подход к этой задаче заключается в использовании теста гипотетического монополиста, предполагающего повышение цен на набор как основной товар на 5–10%, с целью оценить, переключатся ли потребители на покупку компонентов набора в отдельности. Если этого не произойдет, то нельзя говорить о рынках отдельных компонентов набора. Применимость и точность данного теста зависит от того, принята ли

⁵ Покупка сим-карты за пределами домашнего региона может быть рассмотрена пользователем в качестве возможной альтернативы, если, например, ему приходится часто звонить в домашний регион из региона пребывания, а междугородние звонки по тарифу региона пребывания оказываются дешевле, чем междугородние звонки во внутрисетевом роуминге по тарифу домашнего региона. Однако даже если это условие выполняется, в действительности для выбора данной альтернативы потребитель должен также учесть проблему телефонного номера (см. далее), а также стоимость всего тарифа и иные его составляющие помимо междугородних звонков.

в принципе параллельная продажа компонентов не в наборе. Если такой стратегии нет (т.е. нет «смешанной» стратегии продажи в наборах), то потребителю будет затруднительно ответить на подобный вопрос.

Отметим, что существенную роль в данном вопросе играет то, как первоначально определены границы релевантного товарного рынка. Так, если говорить о тарифах, включающих в себя звонки в домашнем регионе и во внутрисетевом роуминге, то тест гипотетического монополиста может показать разные результаты в зависимости от того, какую точку отсчета сформулировать в вопросе: звонки за пределами домашнего региона или тарифные планы в целом. Подход Еврокомиссии подразумевает, что точкой отсчета должен быть набор. Только если потребители укажут, что они готовы переключиться с потребления набора на потребление его индивидуальных компонентов, можно говорить о существовании отдельных рынков этих компонентов. При этом можно с высокой вероятностью предполагать, что потребители не станут пытаться приобретать контракты с различными операторами (подразумевающие различные сим-карты) для осуществления разных видов связи. Если же за точку отсчета изначально брать звонки за пределами домашнего региона или звонки в домашнем регионе, то подобная постановка вопроса изначально подталкивает игнорировать комплементарность компонентов тарифного плана, что может привести к ошибочному определению границ товарного рынка.

В докладе Ассоциации европейских регуляторов в сфере электронных коммуникаций (BEREC) [BEREC, 2010] определены некоторые факторы, которые следует оценить, для того чтобы определить, являются ли продуктовые границы рынка товаром в наборе:

- экономия от разнообразия;
- транзакционные издержки на стороне покупателей (их снижение в случае покупки наборов). Методы маркетинговых исследо-

ваний в таком случае позволят определить, какую дополнительную ценность для потребителя имеет покупка в наборе (там же);

- практика переключения потребителей (если наблюдалось переключение на потребление компонентов отдельно от набора в результате повышения цен на последний, то это говорит в пользу разграничения рынков);

- издержки переключения (если издержки переключения на отдельные компоненты слишком высоки, то следует считать границами рынка наборы). В данном случае подразумевается именно оценка экономической доступности переключения, поскольку ее может не быть, даже если техническая и правовая возможности имеются;

- высокая доля потребления наборов потребителями по сравнению с индивидуальными компонентами.

Представляется, все перечисленные критерии указывают на то, что границами товарных рынков в сфере мобильной связи следует считать совокупности тарифных планов, а не отдельные компоненты.

Заключение

При рассмотрении такого вида нарушения антимонопольного законодательства, как неоправданное установление различных цен на один и тот же товар, важно понимать, что при этом считается одним и тем же товаром, т.е. каковы границы анализируемых товарных рынков. В рамках текущего антимонопольного дела против крупнейших российских операторов сотовой связи речь идет о разнице в оплате, которая возникает между звонками, формально выполненными по одному «маршруту», но сделанными абонентами, находящимися либо в домашнем регионе, либо за его пределами — и выполненными в рамках различных тарифных планов, что также обеспечивает разницу в оплате. Однако для установления факта данного нарушения необходимо показать, что подобные звонки составляют отдельный товарный рынок. Как показано в данной статье, зару-

бежная практика антимонопольной политики и экономическая теория указывают на то, что на рынках мобильной связи подобное узкое определение границ рынка некорректно, поскольку игнорирует существенную комплементарность, прежде всего транзакционную, которая существует между различными видами связи (компонентами тарифных планов). Для описания границ таких рынков используется концепция кластерных рынков, а также рынков товаров в наборах. Первый подход является скорее строго аналитическим, поскольку позволяет группировать продукты или услуги, которые де-факто не продаются в наборах, однако реализуются при схожих условиях конкуренции и обладают транзакционной комплементарностью. Однако грань между кластерным рынком и рынком наборов тонка, это приводит к тому, что кластерные рынки иногда синонимичны с рынками наборов. Употребление концепции кластерных рынков может быть более оправдано, если на рынке реализуется смешанная стратегия продажи в наборах, чтобы рассматривать в границах одного рынка и наборы, и отдельные компоненты.

Что касается сотовой связи и в частности вопроса звонков во внутрисетевом роуминге, то навряд ли есть основания считать, что отдельные компоненты тарифного плана могут составлять отдельные рынки, даже те, которые стоило бы объединять в кластер. Высокая степень комплементарности как на стороне производства, так и на стороне потребления, реальные принципы выбора потребителей, позиционирование товара производителем, даже предметы договоров свидетельствуют в пользу того, что товаром являются наборы, представленные тарифными планами. В связи с этим вычленение отдельных компонентов для анализа в качестве отдельных рынков способно привести к ошибкам, в том числе к игнорированию того факта, что цены на наборы выставляются исходя из необходимости обеспечения рентабельности всего набора в целом, а не отдельных составных частей.

Список литературы

1. Шаститко А. Е. Экономико-правовые аспекты коллективного доминирования // Экономическая политика. 2011. №3. С. 167–190.
2. Шаститко А. Е. Применение антимонопольного законодательства на рынках производных товаров: от определения продуктовых границ до адвокатирования конкуренции // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. №4 (52). С. 5–29.
3. Шаститко А. Е., Мелешкина А. И., Шаститко А. А. Распределение издержек, регулирование и стимулы в сфере совместного производства товаров // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2015. №1. С. 18–40.
4. Шаститко А. Е., Шаститко А. А. Рынки связанных по производству товаров: теоретическая модель и уроки для правоприменения // Вопросы экономики. 2015. №2. С. 104–122.
5. Ayres I. Rationalizing Antitrust Cluster Markets // The Yale Law Journal. 1985. Vol. 95. P. 109–125.
6. BEREC. Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10) 64. 2010. URL: https://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/reports/209-berec-report-on-impact-of-bundled-offers-in-retail-and-wholesale-market-definition.
7. Borenstein S., MacKie-Mason J. K., Netz J. S. Antitrust policy in aftermarket // Antitrust Law Journal. 1995. Vol. 63. P. 455–482.
8. Cerilli K. A. Staples/Office Depot: Clarifying Cluster Markets // Competition Policy International, August 2016 (1).
9. Deevski S. Cost Allocation Methods for Joint Products and By-products // Economic Alternatives. 2016. No. 1. P. 64–70.
10. Economides N., Lianos I. The elusive antitrust standard on bundling in Europe and in the United States in the aftermath of the *Microsoft* cases // Antitrust Law Journal. 2009. Vol. 76 (3).
11. European Commission. Impact assessment accompanying the document Commission implementing Regulation (EU) 2016/2286 of 15 December 2016 laying down detailed rules on the application of fair use policy and on the methodology for assessing the sustainability of the abolition of retail roaming.
12. Hilton R., Maher M., Selto F. Cost Management: Strategies for Business Decisions, 3rd ed., Boston, Mass.: McGraw-Hill/Irwin, 2005.
13. Hovenkamp H. Market Power in Aftermarkets: Antitrust Policy and the Kodak Case // UCLA Law Review. 1993. Vol. 40. No. 6. P. 1447–1460.
14. Motta M. Competition policy. Theory and practice. Cambridge University Press. Cambridge, 2004.
15. OECD Competition Committee. Defining the relevant market in telecommunications. Review of Selected OECD Countries and Colombia. 2014. URL: https://www.oecd.org/daf/competition/Defining_Relevant_Market_in_Telecommunications_web.pdf.
16. Shastitko A. Collective Dominance Through the Lens of Comparative Antitrust // CPI Chronicle, August 2011 (2).

References

1. Shastitko A. Economic and Legal Aspects of Collective Dominance. *Ekonomicheskaya Politika* — Economic Policy, 2011, no. 3, pp. 167–190 (in Russian, abstr. in English).

2. Shastitko A. Antitrust Law Enforcement in Aftermarkets: for Product Boundaries Estimates to Competition Advocacy. *Journal of Modern Competition*, 2015, vol. 9, no. 4, pp. 5–29 (in Russian, abstr. in English).
3. Shastitko A. E., Meleshkina A. I., Shastitko A. A. Cost allocation, regulation and incentives in joint production of goods. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika* — Moscow University Economics Bulletin, 2015, no. 1, pp. 18–40. (in Russian, abstr. in English)
4. Shastitko A. E., Shastitko A. A. Markets of joint products: theoretical model and policy implications. *Voprosy Ekonomiki*, 2015, no. 2, pp. 104–122 (in Russian, abstr. in English).
5. Ayres I. Rationalizing Antitrust Cluster Markets. *The Yale Law Journal*, 1985, vol. 95, pp. 109–125.
6. BEREC. Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10) 64. 2010. Available at: https://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/reports/209-berec-report-on-impact-of-bundled-offers-in-retail-and-wholesale-market-definition.
7. Borenstein S., MacKie-Mason J. K., Netz J. S. Antitrust policy in aftermarkets. *Antitrust Law Journal*, 1995, vol. 63, pp. 455–482.
8. Cerilli K. A. Staples/Office Depot: Clarifying Cluster Markets. *Competition Policy International*, August 2016 (1).
9. Deevski S. Cost Allocation Methods for Joint Products and By-products. *Economic Alternatives*, 2016, no. 1, pp. 64–70.
10. Economides N., Lianos I. The elusive antitrust standard on bundling in Europe and in the United States in the aftermath of the *Microsoft* cases. *Antitrust Law Journal*, vol. 76 (3), 2009.
11. European Commission. Impact assessment accompanying the document Commission implementing Regulation (EU) 2016/2286 of 15 December 2016 laying down detailed rules on the application of fair use policy and on the methodology for assessing the sustainability of the abolition of retail roaming.
12. Hilton R., Maher M., Selto F. Cost Management: Strategies for Business Decisions, 3rd ed., Boston, Mass.: McGraw-Hill/Irwin, 2005.
13. Hovenkamp H. Market Power in Aftermarkets: Antitrust Policy and the Kodak Case. *UCLA Law Review*, 1993, vol. 40, no. 6, pp. 1447–1460.
14. Motta M. Competition policy. Theory and practice. Cambridge University Press. Cambridge. 2004.
15. OECD Competition Committee. Defining the relevant market in telecommunications. Review of Selected OECD Countries and Colombia. 2014. Available at: https://www.oecd.org/daf/competition/Defining_Relevant_Market_in_Telecommunications_web.pdf.
16. Shastitko A. Collective Dominance Through the Lens of Comparative Antitrust. *CPI Chronicle*, August 2011 (2).

N. Pavlova, Centre for Competition and Economic Regulation Studies, Department of Competitive and Industrial Policy, Moscow, Russia, pavlova-ns@ranepa.ru

A. Meleshkina, Centre for Competition and Economic Regulation Studies, Moscow, Russia, meleshkina-ai@ranepa.ru

Intranet roaming: is there a market?

The current case of the FAS Russia regarding the largest mobile communication operators setting different prices for telecommunication services in intranet roaming and in the home region poses the question of whether it is correct to consider such services as «one and the same product» in the antitrust definition of product markets. Antitrust methodology suggest that these services should then be close substitutes from the point of view of the consumers, which appears not to be the case. On the contrary, telecommunication services are characterized by a high degree of complementarity, including transaction complementarity on the consumer's side. In antitrust practice, in order to determine market boundaries in such situations, the cluster market approach and the bundling approach are used in addition to the narrow method of market definition. The article discusses in detail these approaches, describes the criteria for their use and justifies the applicability of these approaches to cellular communication services. It appears that using either the cluster market or the bundling approach to defining market boundaries in the case of intranet roaming has substantial basis. Taking specific components of a cellular tariff plan and treating them as a separate product market for antitrust purposes increases the risk of type I and type II enforcement errors.

Keywords: antitrust, cluster markets, bundling, intranet roaming, cellular communication services.

About authors:

N. Pavlova, *PhD, Deputy Director, Assistant Professor;*
A. Meleshkina, *Researcher*

For citation:

Pavlova N., Meleshkina A. Intranet roaming: is there a market? *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 5–15 (in Russian, abstr. in English).

Ионкина К. А., аспирант экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва,
kaionkina@econ.msu.ru

Шаститко А. Е., докт. экон. наук, профессор, директор Центра исследований конкуренции
и экономического регулирования РАНХиГС, зав. кафедрой конкурентной и промышленной политики
экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, *saedd@mail.ru*

Отмена роуминга в Евросоюзе: уроки для России

В настоящее время в России активно обсуждается необходимость и возможные последствия отмены национального и внутрисетевого роуминга. При этом опыт Европейского союза по отмене роуминга внутри объединения хотя и относится в первую очередь к межнациональному роумингу, тем не менее иллюстрирует многие из вопросов, с которыми сталкиваются участники российского рынка. Обобщение данного опыта — один из источников идентификации практических вопросов, а также вариантов их решения. Данная статья систематизирует опыт ЕС по отмене роуминга между странами-членами, выделяя основные структурные альтернативы регулирования, принципы и методы их сопоставления, а также проливая свет на примененные технологии институционального проектирования. Изучение опыта ЕС позволяет сформулировать набор «лучших практик», актуальных и при попытках изменения системы внутрисетевого роуминга в России: последовательный подход к реформе, оценка эффектов для операторов и рядовых потребителей услуг мобильной связи, обязательная корректировка мер по итогам промежуточных результатов.

Ключевые слова: мобильная связь, международный роуминг, национальный роуминг, внутрисетевой роуминг, межоператорский роуминг, эффект «водяного матраса», умное регулирование.

Введение

В последнее время не утихают споры относительно отмены внутрисетевого и корректировки тарифов для национального роуминга в России. Причем постановка вопроса о немедленной отмене внутрисетевого роуминга, несмотря на то, что решение уже принято, выглядит сомнительной по нескольким причинам. В первую очередь это связано с накопленным мировым опытом: подобные действия могут быть сопряжены с рисками разного рода, а значит, требуют более систематического подхода со стороны регулятора. Наиболее ярким разработанным в литературе является опыт Европейского союза (ЕС) по отмене роуминга, с которым можно проводить параллели (особенно в части возможных экономических последствий) с отменой межсетевого

и внутрисетевого роуминга (в трансграничном варианте).

В данной статье под роумингом подразумевается предоставление услуг мобильной связи вне «домашнего» региона, с использованием сети другого оператора («гостевой») или сети того же оператора в другом регионе (стране).

В данной статье идет речь о следующих разновидностях роуминга:

- Международный роуминг, под которым понимают предоставление услуг мобильной связи абоненту за пределами страны его постоянного пребывания, чаще всего с использованием сетей иностранного оператора.
- Национальный (межсетевой) роуминг. В этом случае абонент, находясь в «гостевом» регионе, должен использовать сети других операторов, переключение чаще

всего осуществляется автоматически. Национальный роуминг, как правило, существует в странах с протяженными границами, когда сети оператора, услугами которого абонент пользуется в домашнем регионе, охватывают не всю территорию страны.

- Внутрисетевой роуминг, когда абонент может пользоваться услугами одного оператора, находясь на территории как «домашнего», так и «гостевого» регионов.

В случае с Европейским союзом в литературе наиболее часто идет речь об отмене именно международного роуминга, однако в этой статье данный кейс рассматривается скорее в качестве отмены межсетевого или внутрисетевого роуминга в трансграничном варианте. Для подобной трактовки ситуации опыта ЕС есть определенные основания, связанные в первую очередь с тем, что международный и национальный роуминг во многом схожи. Так, в странах с большой территорией или протяженностью границ, а также при отсутствии национальных операторов (охватывающих сетями всю территорию страны) необходимы соглашения между операторами, без которых пропуск трафика, а значит, обеспечение доступа абонентов к мобильной связи за пределами «домашнего» региона невозможно. В странах с протяженными границами наряду с национальным роумингом также возможен внутрисетевой роуминг, если есть операторы мобильной связи, сети которых охватывают большую часть территории страны. В случае с ЕС аналогом является ситуация с операторами, которые имеют сети на территории нескольких стран одновременно, например, компания *Vodafone*.

Цель статьи — на основе опыта ЕС по отмене роуминга выделить возможные риски, с которыми может столкнуться Россия при отмене национального и внутрисетевого роуминга, а также определить варианты их нивелирования.

В первом разделе рассматривается комплекс причин для отмены роуминга в Евро-

пейском союзе, а также некоторые особенности рынка услуг мобильной связи, которые требовалось учитывать при регулировании. Во второй части статьи также представлена краткая хронология отмены роуминга в ЕС, начиная с 2007 г. и до настоящего момента, а также промежуточные результаты по отдельным этапам. В третьем разделе представлен набор рисков, которые необходимо было учитывать при движении к отмене дополнительных сборов при поездках по территории ЕС, а также возможных путей по их преодолению. В заключении представлены основные выводы.

1. Отмена роуминга на территории ЕС: причины и особенности

Важно отметить, что существует определенный набор особенностей предоставления мобильной связи в роуминге, которые требуется учитывать при его отмене. Так, в ЕС наиболее распространены операторы, действующие на территории только одной страны, поэтому при поездках в другую страну ЕС услуги мобильной связи предоставляются абоненту не «домашним» оператором, а оператором-партнером в «гостевом» регионе. В подобной ситуации оператор-партнер в «гостевом» регионе взимает с «домашнего» оператора определенную плату, которую называют платой за межоператорский или оптовый роуминг (*wholesale roaming fee*). Оператор мобильной связи в «домашнем» регионе в свою очередь возмещает расходы на оптовый роуминг, взимая плату с абонента, которую называют платой за розничный роуминг (*retail roaming charge*).

Отмена роуминга внутри Европейского союза была обусловлена множеством причин. Их полный список представлен в работе [Spruytte, 2017]. В данной статье эти причины приведены в обобщенном виде. Во-первых, наиболее очевидной причиной является рост числа поездок внутри ЕС (что следует из данных, предоставляемых

Евростатом¹ за период с 1996 г., по поездкам туристов, являющихся резидентами стран ЕС), который стал закономерным следствием европейской интеграции.

При этом авторы инициативы по отмене роуминга подчеркивали, что розничные цены на роуминг значительно выше, чем розничные цены на услуги мобильной связи в «домашнем» для абонента регионе. В свою очередь, это приводило к отказу абонентов от использования услуг мобильной связи в поездках из-за высокой стоимости, особенно это касается data-роуминга, в случае с которым абоненты по возвращении из поездки получали счета за использование услуг мобильной связи, которые не соответствовали с их ожиданиями (*bill shocks*). Особенно остро эта проблема стояла в случае с data-роумингом, когда абоненты или отказывались от подключения к Интернету вообще, или подключались к сети исключительно по *wi-fi*. То есть было показано, что рынок мобильной связи в ЕС в целом характеризовался низкой степенью прозрачности для конечных потребителей услуг мобильной связи, а также необоснованно завышенной стоимостью роуминга, когда цена для потребителей превышала издержки (включая тарифы межоператорского взаимодействия) в 3–5 раз [Falch, Tadayoni, 2014]. Подобные проблемы были характерны и для бизнеса, когда компании получали значительные счета из-за постоянных командировок сотрудников в другие страны ЕС.

Во-вторых, отмена роуминга внутри ЕС имела важное значение не только для рядовых потребителей, но и для самих операторов мобильной связи, которые теряли доходы из-за отказа абонентов от использования услуг мобильной связи в поездках по ЕС [Spruytte, 2017].

В-третьих, отмена роуминга в ЕС была необходима и с точки зрения развития конкуренции в рамках ЕС. Еще в 1999 году было по-

казано [Sutherland, 1999], что цены на звонки между абонентами, находящимися в разных странах, существенно ниже, чем цены в роуминге. Также было выявлено, что цены межоператорского (оптового) роуминга, а также цена роуминга для конечных потребителей являлась завышенной в случае со странами ЕС. Это связано с тем, что выбор потенциальных операторов-партнеров на рынке другого государства может быть очень ограниченным, а также тем, что предметом торга между операторами является не цена, а объем передаваемого трафика, который во многих случаях может производиться на основе взаимозачета, а значит, у операторов нет стимулов к снижению цен. Наконец, не существует подходящего заменителя для роуминга: гибких средств связи, позволяющих абонентам пользоваться услугами мобильной связи или аналога мобильной связи.

Однако существовала иная точка зрения на целесообразность отмены роуминга в ЕС. В исследовании [GSMA, 2008b] показано, что цены на все виды услуг рынка мобильной связи снижались на протяжении нескольких лет до введения регулирования, и что оснований для того, чтобы эта тенденция не продолжалась бы, не было. С первого квартала 2006 г. по первый квартал 2007 г. цена исходящего звонка в роуминге снизилась на 13% (по индексу цен GSMA), по методологии ERG снижение цены во втором квартале 2007 г. по сравнению с тем же периодом составляло уже 20%.

Также в 2005 г. международный оператор *Vodafone* вывел на рынок тариф *Passport*, позволивший клиентам совершать звонки в роуминге из любой точки Европы по их стандартному внутреннему тарифу после внесения платы за подключение. Тариф также позволял абонентам тратить минуты звонков в «домашнем» регионе на звонки в роуминге [GSMA, 2008b]. В данном контексте роуминг не позиционировался как отдельная услуга, то есть его рассматривали как часть комплексных тарифных планов, включающих также стоимость мобильной связи в «домаш-

¹ URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/main-tables>.

нем» регионе [Павлова, Мелешкина, 2018]. Создавая подобные тарифные планы, операторы нацелены на снижение их стоимости, что достигается во многом за счет инновационной деятельности, требующей инвестиций [Stühmeier, 2012].

Противники регулирования в том варианте, который был предложен Еврокомиссией, обращали внимание также на то обстоятельство, что невозможно регулировать роуминг в отрыве от остальных услуг, предоставляемых операторами, указывая на то, что предоставление услуг связи в роуминге — это скорее субрынок, то есть лишь часть конкурентного рынка услуг мобильной связи.

Дополнительные аргументы против предлагаемых мер заключались в том, что различия в затратах по предоставлению услуг мобильной связи между странами ЕС могут быть велики, что связано с числом пользователей услуг (плотность населения), величиной инвестиций, объемами выплачиваемых операторами налогов и сборов, а также прочими переменными и постоянными затратами, в том числе на труд, развитие сетей и пр.

Конечной целью программы стало внедрение схемы под названием *Roam like at home (RLAH)*, когда абонент, находясь на территории другой страны ЕС, мог пользоваться услугами мобильной связи по ценам в «домашнем» регионе, то есть цена розничного роуминга должна была снизиться до нуля. При очевидной пользе для потребителей (если цены за роуминг падают до нуля, а роста цен на услуги связи в домашнем регионе не происходит) были выявлены также некоторые риски для потребителей и для самих операторов мобильной связи, о которых пойдет речь в третьем разделе статьи.

2. Хронология отмены роуминга на территории ЕС

Как уже упоминалось, публичная дискуссия о необходимости регулирования рынка мобильной связи в части роуминга на-

чалась еще в 1999 г., когда было показано, что в роуминге в ЕС действуют необоснованно высокие цены для конечных потребителей, а также межоператорские тарифы. С 2003 года рынок был рекомендован к регулированию ex ante с помощью национальных органов, однако предпринимаемые ими меры не могли способствовать снижению высоких межоператорских (оптовых) тарифов. Вот почему в 2007 г. регулирование рынка мобильной связи в части, касающейся роуминга, начало осуществляться на уровне Еврокомиссии [Infante, Vallejo, 2012].

Отмена роуминга внутри ЕС — постепенный, многоэтапный процесс, который формально начался с 2007 г. и в целом завершился к середине 2017 г. Можно выделить несколько отдельных этапов.

Первый этап, запущенный в 2007 г., был направлен в первую очередь на снижение необоснованно высоких межоператорских тарифов, тарифов для конечных потребителей, а также на повышение степени информированности потребителей о тарифах. В рамках данного этапа появился Евротариф (*Eurotariff*), когда были введены ограничения преимущественно на межоператорские цены, а также на цену роуминга для конечных потребителей. При этом операторы могли предлагать и другие цены для конечных потребителей, но лишь в случаях, когда абоненты самостоятельно выбирали альтернативные тарифы. И даже в случае выбора альтернативных тарифов операторов обязали уведомлять абонентов о стоимости услуг в поездках (в форме текстового сообщения) с целью повышения прозрачности рынка [Spruytte, 2017] и в конечном счете сокращения возможностей эксплуатации компаниями неосведомленности потребителей услуг связи.

Эффективность мер, предложенных на первом этапе, подвергалась критике. Так, в исследовании [GSMA, 2008b] показано, что 40% звонков в роуминге в первом квартале 2008 г. (то есть после внедрения Евро-

тарифа) осуществлялись на основе альтернативных тарифных планов, а также то, что использование роуминга такими абонентами в среднем выше, а плата за использование голосовых услуг в роуминге для них ниже на 15%. При этом в рамках исследования показано, что экономия для абонента, который пользуется услугами связи в роуминге один раз в год, составляет около 5 евро. В то же время по оценкам Еврокомиссии должно было происходить увеличение использования роуминга в результате высокой ценовой эластичности, которое могло бы компенсировать снижение цен, однако этого не произошло: в 2008 г. наблюдался рост использования услуг мобильной связи в роуминге, однако общий доход от розничного роуминга оказался на 30% ниже, чем в 2005 г. Также авторы исследования поставили под сомнение необходимость регулирования тарифов на data-роуминг, так как данный способ связи находился в стадии бурного развития: с апреля 2007 г. по апрель 2008 г. использование data-роуминга возросло примерно на 75%. В этом случае высокие цены могли быть обусловлены необходимостью развития сетей, обеспечивающих высокую скорость передачи данных. Наконец, тенденция к увеличению числа пакетных тарифов, в рамках которых определенное количество data-роуминга предоставлялось за фиксированную плату, привела к снижению тарифов в среднем на 25% за год, а максимальное снижение цены составляло до 90%. Небольшому числу абонентов, использовавших старые тарифы, операторы предложили комплекс мер для предотвращения *bill shocks* по возвращении. Необходимость регулирования тарифов на СМС-сообщения также подвергалась сомнению из-за активного распространения пакетных тарифов, в рамках которых их стоимость снизилась примерно на 18%. Также было отмечено негативное влияние от внедрения Евротарифа на операторов, которое было оценено в виде потерь прибыли от предоставления ус-

луг в роуминге на 26% при росте количества голосовых услуг примерно на 11% [GSMA, 2008b].

При этом затраты операторов, связанные с внедрением мер первого этапа, составили около 150 млн евро [GSMA, 2008a]. Большая часть этих затрат пошла на привлечение дополнительных трудовых ресурсов, направленных на оперативное внедрение Евротарифа. Дополнительные расходы, которые понесли операторы, включали также расходы по пересмотру системы расчета с абонентами, маркетинг, создание системы СМС-оповещений.

Также под сомнение была поставлена эффективность мер, направленных на повышение прозрачности рынка услуг мобильной связи в роуминге. Так, хотя СМС-оповещения были внедрены, информация, которая передавалась посредством этих сообщений, могла не дойти до абонента, так как приходила среди множества сообщений, отправляемых абоненту, находящемуся в роуминге. Операторы предложили другие меры, связанные в первую очередь с информированием абонентов: запуск калькуляторов на сайтах операторов, с помощью которых стало возможным рассчитать расходы в роуминге, также был запущен сайт «Лучший тариф в роуминге» (*Best Roaming Fee*), охватывающий более 700 роуминг-маршрутов и сравнивающий их.

Второй этап, начавшийся в 2009 г., во многом стал продолжением первого, однако было запущено несколько дополнительных механизмов: развитие получили меры, направленные на снижение цены роуминга (особенно голосовых услуг) для потребителей, а также сближение межоператорских и потребительских цен на них. Для СМС-сообщений действовали ограничения как для межоператорских тарифов, так и для конечных цен. В случае с роумингом данный лимит действовал только в случае с межоператорскими тарифами, поскольку рынок услуг, связанных с передачей данных, находился на стадии форми-

рования. Дополнительной мерой, которая начала действовать на этом этапе, стала дополнительная защита потребителей от неожиданно высоких счетов при использовании услуг по передаче данных по возвращении из поездки в другую страну, входящую в ЕС. Она заключалась в дополнительном бесплатном предупреждении от оператора (в виде СМС-сообщения), когда абонент потратил определенную заранее установленную сумму на услуги data-роуминга, после получения которого абонент получал возможность прекратить пользоваться данными услугами [Spruytte, 2017].

В результате на данном этапе стало наблюдаться значительное снижение межоператорских тарифов, однако значительного снижения цен для конечных потребителей услуг мобильной связи не отмечалось [Spruytte, 2017]. Таким образом, требовались дополнительные меры по снижению стоимости услуг для потребителей.

Вот почему на **третьем этапе**, начавшемся в 2012 г., особое внимание было уделено именно тарифам, которые предлагались потребителям. Однако продолжилось и регулирование оптовых (межоператорских) цен, направленное на их дальнейшее снижение, поскольку наблюдалось снижение издержек операторов по предоставлению услуг мобильной связи в роуминге.

На третьем этапе началась разработка программы, позволяющей полностью устранить разницу между стоимостью услуг в «домашнем» и «гостевом» регионах. Выбор осуществлялся из двух основных вариантов, при которых издержки межоператорского взаимодействия должны были стать полностью невидимыми для конечных пользователей связи. Первый вариант — *Roam like a local (RLAL)* заключался в том, что абонент платил за использование услуг мобильной связи по тарифам той страны, в которой он находится. Основным недостатком *RLAL* является усложнение структуры тарифов для потребителей (цены услуг мобильной связи отличаются в разных странах, а также ча-

сто зависят от конфигурации пакетных тарифов), а также появление дополнительных расходов для операторов и регулятора, поскольку требуется обновление средних цен для каждой страны при расчете стоимости услуг связи в роуминге, а также их постоянная корректировка операторами [Spruytte, 2017].

Второй вариант — *Roam like at home (RLAH)* заключался в том, что абонент, находясь в «гостевом» регионе, платит по тарифам «домашнего» региона. В результате было принято решение в пользу *RLAH*, более удобного для абонентов и не усложняющего структуру существующих тарифов [Marcus et al., 2013], но обладающего определенным набором недостатков. К ним в первую очередь можно отнести возникающую опасность арбитража сим-карт (или «постоянный роуминг»), когда абонент, покупая карту в стране с более дешевой связью, использует ее на постоянной основе в «домашнем» регионе, где действуют более высокие тарифы. Однако в дальнейшем были предложены меры, которые должны помочь избежать проблемы постоянного роуминга.

RLAH должен был начать действовать уже в конце 2015 г., однако из-за сомнений по поводу возможности реализации программы, связанных с большой долей доходов операторов от услуг по предоставлению услуг мобильной связи в роуминге, его осуществление было отложено, с целью более плавного и безболезненного для операторов сближения межоператорских и потребительских цен в результате последующего изменения тарифов для операторов. Вот почему окончательное введение *RLAH* планировалось на середину 2017 г., хотя тенденции к появлению тарифов (в формате пакетов), похожих на *RLAH*, наблюдались уже на этапе его обсуждения. В качестве специальной меры поддержки в дополнение к роумингу данных было предложено обеспечить бесплатный для абонентов доступ к *wi-fi* на территории ЕС (WiFi4EU), а также

по распространению единой сети с помощью объединения национальных сетей, которыми обмениваются операторы (FON-сеть) [Spruytte, 2017].

Следовательно, на заключительном этапе регулирования было направлено преимущественно на постепенный переход к *RLAH*. Для этого на последнем шаге были установлены лимиты розничной цены на связь, СМС-сообщения и использование Интернета, представляющие собой сумму цены этих услуг в домашнем регионе плюс надбавка в виде размера межоператорского тарифа (*RLAH+*). Также производилось снижение межоператорских тарифов, принятых на уровне Европарламента в феврале 2017 г.

Таким образом, к 15 июня 2017 г. роуминг на территории ЕС был окончательно отменен. Однако это не значит, что не сохранились некоторые элементы роуминга², необходимые для того, чтобы избежать негативных последствий, о которых идет речь в следующей части статьи.

3. Предполагаемые последствия отмены роуминга и механизмы их оценивания

Отмена роуминга в ЕС связана с определенным набором рисков.

Как было показано выше, одним из наиболее важных из них считалось возникновение постоянного роуминга, который может привести к росту платы, связанной с взаимодействием операторов, и, как следствие, к повышению тарифов для оператора в «гостевом» регионе, то есть к созданию эффекта «водяного матраца», а также к негативным эффектам для стран, предоставляющих потребителям более дорогие услуги связи. Для недопущения постоянного роуминга были придуманы лимиты по честному использованию роуминга (*fair use limits*),

устанавливающие определенное количество роуминга для абонента на определенный период времени, а в случае превышения абонент должен вносить дополнительную плату. Возможны различные альтернативные варианты конструкции данных лимитов. Так, возможно установить предельные значения по количеству получаемых в *RLAH* голосовых услуг, СМС-сообщений, по использованию Интернета, которые могут быть установлены на период (день, неделю или месяц). Иными словами, единый тариф дополнялся количественными ограничениями для «гостевого региона».

В ЕС была принята подобная схема за исключением того, что единых границ по использованию услуг связи в *RLAH* нет, однако операторы в случае подозрений в отношении абонентов в злоупотреблении *RLAH* могут обратиться в органы, осуществляющие регулирование на территории страны, где действует оператор, с просьбой установить «справедливую» надбавку за использование роуминга абонентом. На случай, если абонент активно пользуется Интернетом в поездках, была заложена возможность заблаговременной покупки пакета у зарубежного оператора, таким образом трафик будет расходоваться из этого пакета, без угрозы дополнительных доплат³.

Также учитывались риски, связанные со значительной потерей доходов операторов. Для того, чтобы оценить возможные последствия, необходимо разграничить разные типы операторов в зависимости от наличия или отсутствия у них собственных сетей, охвата территории, а также географического положения самого оператора, поскольку в рамках ЕС возможны различные затраты самих операторов на обеспечение доступа к мобильной связи.

Для операторов, владеющих собственными сетями, большое значение имеет направ-

² URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/roaming-implementing-regulation>.

³ URL: https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/internet-telecoms/mobile-roaming-costs/index_en.htm.

ление путешествий пользователей услуг мобильной связи. Например, в том случае, если операторы достигают соглашения об отправке траффика через сети друг друга, в случае, когда потоки траффика уравниваются, происходит взаимозачет между операторами и никакие выплаты не требуются. Если объем траффика, отправляемого одним из операторов, превышает объем траффика другого (является нетто-отправителем траффика), он оплачивает этот дополнительный объем по тарифу, заранее установленному соглашением между этими операторами (межоператорский или оптовый тариф). Так, Скандинавские страны, где нет большого входящего потока туристов, являются нетто-отправителями траффика, тогда как другие страны, наиболее интересные туристам, например, Греция, являются нетто-получателями траффика [Spruytte, 2017]. Для стран-отправителей межоператорские выплаты могут оказаться велики, тогда как нетто-получатели траффика могут столкнуться с большой нагрузкой на свои сети, причем этот эффект наблюдается, как правило, только в течение туристического сезона [GSMA, 2008a].

Для операторов, сети которых охватывают территорию нескольких стран ЕС, ситуация выглядит несколько иначе: для них межоператорские выплаты могут быть сведены к минимуму за счет наличия собственных сетей за пределами «домашнего» региона, а также сведены к минимуму издержки по ведению переговоров между национальными операторами. Однако все же возможно выделить категорию возможных последствий для операторов, действующих на территории нескольких стран. Как было показано в начале статьи, в некоторых случаях можно проводить параллели между ЕС и странами с протяженными границами и значительной площадью территории, например, с Канадой, если говорить о трансграничном аналоге внутрисетевого роуминга. Так, детальное изучение тарифных планов, предлагаемых тройкой ведущих

канадских операторов (*Rogers, Bell, Telus*), позволяет обнаружить как минимум аналог внутрисетевого роуминга. При этом операторы Канады находятся в числе наиболее активных инвесторов в развитие сетей среди компаний, работающих с странами G7⁴. Вот почему несмотря на то, что возможные последствия для крупных трансграничных операторов в ЕС могут быть смягчены тем, что для них отсутствуют издержки ведения переговоров с операторами-партнерами, активное инвестирование в развитие сетей и, как следствие, рост качества услуг мобильной связи может оказаться под вопросом.

У операторов, которые не имеют собственных физических сетей, но клиенты которых путешествуют в другие страны ЕС, несут расходы, связанные с межоператорским взаимодействием, однако отсутствуют доходы, которые они могли бы получать за счет входящего потока траффика. Поэтому операторы данной группы, которые, как правило, занимают относительно небольшую долю рынка услуг мобильной связи на территории отдельной страны ЕС, не имеют возможности устранить подобный дисбаланс, поскольку не обладают достаточной переговорной силой для получения значительных скидок на оптовый роуминг. Для подобных операторов большое значение имеют ограничения, накладываемые регулятором на межоператорские тарифы, то есть отказ от учета рисков для данной группы операторов может привести к их уходу с рынка и, как следствие, к снижению уровня конкуренции [Spruytte, 2017].

Опыт ЕС показывает, что все операторы, относящиеся к представленным группам, должны испытывать потери из-за недополучения доходов, связанных с отменой розничных тарифов, но продолжающие нести издержки по оплате межоператорских тарифов. Данные потери могут послу-

⁴ Bank of America Merrill Lynch, Global Wireless Matrix Q1 2017, cited in Rogers Communications Canada Inc., Intervention, Telecom Notice of Consultation CRTC 2017–259, September 8, 2017.

жить причиной финансовых трудностей, зачастую — с возможностью последующего ухода с рынка 12% операторов и более [Spruytte, 2017]. Таким образом, весьма вероятным становится возникновение эффекта «водяного матраца» [Genakos, Valletti, 2011], когда операторы будут поднимать цены на услуги мобильной связи внутри страны, то есть при росте благосостояния туристов, которые достаточно часто путешествуют по ЕС (если эффект от отмены роуминга превосходит отрицательный эффект от повышения домашних цен), происходит снижение благосостояния тех абонентов, которые не совершают поездки по территории объединения. Можно предположить, что дополнительное бремя будут нести в основном абоненты, не имеющие возможности путешествовать, то есть в значительной мере — социально незащищенные категории населения. Таким образом, эффект «водяного матраца» также может привести к неблагоприятным распределительным последствиям. Также стоит отметить, что эффект «водяного матраца» может быть ослаблен под воздействием в целом высокого уровня конкуренции на рынке мобильной связи, когда крупные операторы не повышают цены для того, чтобы сохранить рыночную долю. Однако подобное конкурентное давление в совокупности с отменой розничных тарифов на роуминг может привести к уходу с рынка более мелких операторов.

Для того чтобы не допустить уход мелких операторов, был предусмотрен механизм исключения, позволяющий некоторым операторам при получении разрешения взимать плату за использование услуг мобильной связи в роуминге. Однако при использовании данной меры остается открытым вопрос об адекватном размере надбавки⁵.

Дополнительной мерой для операторов в странах нетто-получателях траффика, например, в Греции, может стать установление

ограничений по межоператорским ценам роуминга в объеме чуть выше предельных издержек. Данная мера может быть актуальной также для стран с более высокими издержками на предоставление услуг мобильной связи. Такой уровень тарифов, с одной стороны, может способствовать ограничению дисбалансов, о которых говорилось выше, а с другой, позволит операторам делать инвестиции в развитие сетей [Sutherland, 2011].

В контексте отмены роуминга внутри России стоит отметить следующее. Обозначенные выше проблемы межоператорского взаимодействия могут быть актуальны в случае регуляторного решения об отмене национального роуминга — и, соответственно, проблемы межоператорских расчетов и дисбаланса траффика должны найти решение до момента такой отмены. Но проблема «постоянного роуминга» возникает уже при попытках отмены роуминга внутри сети. В Евросоюзе существенные усилия были предприняты для того, чтобы предложить различные варианты решения этой проблемы, в то время как в России в настоящий момент данный аспект по большому счету игнорируется в контексте дискуссии — здесь встает вопрос о том, связано ли это с низкой важностью этой проблемы для России (что нуждается в дополнительной проверке) или же в том, что пока еще не все аспекты регуляторного вмешательства были должным образом оценены и спроектированы.

Заключение

Отказ от роуминга на территории Европейского союза происходил постепенно, более 10 лет, не считая предварительных дискуссий, начавшихся на несколько лет раньше. За этот период был предложен целый комплекс промежуточных мер, направленных на повышение благосостояния потребителей услуг мобильной связи, а также недопущение ухода с рынка части операторов, которые не способны компенсировать по-

⁵ URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-3111_en.htm.

тери, неизбежно возникающие при отмене розничных тарифов на роуминг.

Изучение европейского опыта по отказу от роуминга может быть полезным при обсуждении вопросов, связанных с отменой национального и внутрисетевого роуминга в России в части экономических последствий, связанных с возникновением эффекта «водяного матраса» и последующими распределительными последствиями для абонентов, перспективами развития сетей, возможными потерями небольших операторов мобильной связи. На основании изучения данного опыта сформулируем «лучшие практики»:

- постепенность корректировки механизмов вмешательства, которая дает возможность на каждом этапе оценить те эффекты, к которым вмешательство в рынки реально привело (а не те эффекты, которых ожидали при проектировании меры);

- сама практика оценки последствий и корректировки стратегии по ее результатам как элемент «умного» регулирования (*smart regulation*) [Шаститко и др., 2016; Шаститко, Павлова, 2016];

- подтвержденный практикой вывод о сравнительно низкой эластичности спроса на связь в поездках, который опровергает тезис о том, что снижение платы за связь в роуминге приведет к увеличению прибыли компаний за счет роста объемов потребляемых услуг;

- понимание, что отдельные виды соединений и цены на них существуют не изолированно, а в качестве элементов тарифных планов, а значит, понижающее давление на одни элементы будет приводить к эффекту «водяного матраса»;

- особые меры для операторов, для которых потери средств от снижения платы за роуминг оказываются критичными для выживания на рынке.

В России выбран подход к борьбе с внутрисетевым роумингом через антимонопольное законодательство и решения по отдельным делам. И хотя опыт ЕС не является

прямым аналогом ситуации с внутрисетевым роумингом в России, он все же показывает, что многие риски, возникающие при регуляторном вмешательстве, требуют комплексного, длительного и последовательного подхода с оценкой промежуточных результатов — в то время как формат решения и предписания по антимонопольному делу может не отвечать этим требованиям.

Список литературы

1. Павлова Н. С., Мелешкина А. И. Внутрисетевой роуминг: а есть ли рынок? // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 6 (72).
2. Шаститко А. Е., Павлова Н. С. Приоритеты конкурентной политики // Конкуренция и право. 2016. № 1.
3. Шаститко А. Е., Павлова Н. С., Курдин А. А., Мелешкина А. И., Фатихова А. Ф. Основные направления защиты и развития конкуренции. Центр стратегических разработок, Серия: Экономическое развитие. 2016.
4. Falch M., Tadayoni R. Regulation of international roaming data services within the EU // International Economics and Economic Policy. 2014. Vol. 11. No. 1–2. P. 81–95.
5. Genakos C., Valletti T. Testing the «waterbed» effect in mobile telephony // Journal of the European Economic Association. 2011. T. 9. №. 6. P. 1114–1142.
6. GSMA. Demystifying the European Mobile Industry. Facts and Insights on the Economics of a Major European Industry. 2008a.
7. GSMA. GSM Association response to the public consultation for the Review of the functioning of the Regulation (EC) No 717/2007 (the «Roaming Regulation») and of its possible extension to SMS and data roaming services. 2008b.
8. Infante J., Vallejo I. Regulation of international roaming in the European Union — Lessons learned // Telecommunications Policy. 2012. Vol. 36. No. 9. P. 736–748.
9. Marcus J. S., Philbeck I., Gries C. I. Structural solutions and the evolution of international mobile roaming (IMR) in Europe: Where are we headed? 2013.
10. Spruytte J. et al. International roaming in the EU: Current overview, challenges, opportunities and solutions // Telecommunications Policy. 2017. T. 41. No. 9. P. 717–730.
11. Stühmeier T. Roaming and investments in the mobile internet market // Telecommunications Policy. 2012. Vol. 36. No. 8. P. 595–607.
12. Sutherland E. The regulation of national roaming. 2011.
13. Sutherland E. INTUG Europe Report on GSM Roaming Prices-1999. 1999.

References

1. Pavlova N. S., Meleshkina A. I. Intranet roaming: is there a market? *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72) (in Russian, abstr. in English).
2. Shastitko A. E., Pavlova N. S. Priorities for competition policy. *Konkurenciya I Pravo — Competition and Law*, 2016, no. 1 (in Russian, abstr. in English).

3. Shastitko A. E., Pavlova N. S., Kurdin A. A., Meleshkina A. I., Fatikhova A. F. The main directions of protection and development of competition. Center for Strategic Research, Series: Economic Development. 2016 (in Russian, abstr. in English).
4. Falch M., Tadayoni R. Regulation of international roaming data services within the EU. *International Economics and Economic Policy*, 2014, vol. 11, no. 1–2, pp. 81–95.
5. Genakos C., Valletti T. Testing the «waterbed» effect in mobile telephony. *Journal of the European Economic Association*, 2011, vol. 9, no. 6, pp. 1114–1142.
6. GSMA. Demystifying the European Mobile Industry. Facts and Insights on the Economics of a Major European Industry. 2008a.
7. GSMA. GSM Association response to the public consultation for the Review of the functioning of the Regulation (EC). No. 717/2007 (the «Roaming Regulation») and of its possible extension to SMS and data roaming services, 2008b.
8. Infante J., Vallejo I. Regulation of international roaming in the European Union — Lessons learned. *Telecommunications Policy*, 2012, vol. 36, no. 9, pp. 736–748.
9. Marcus J. S., Philbeck I., Gries C. I. Structural solutions and the evolution of international mobile roaming (IMR) in Europe: Where are we headed? 2013.
10. Spruytte J. et al. International roaming in the EU: Current overview, challenges, opportunities and solutions. *Telecommunications Policy*, 2017, vol. 41, no. 9, pp. 717–730.
11. Stühmeier T. Roaming and investments in the mobile internet market. *Telecommunications Policy*, 2012, vol. 36, no. 8, pp. 595–607.
12. Sutherland E. The regulation of national roaming. 2011.
13. Sutherland E. INTUG Europe Report on GSM Roaming Prices, 1999.

K. Ionkina, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, kaionkina@econ.msu.ru

A. Shastitko, Centre for Competition and Economic Regulation Studies, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, saedd@mail.ru

Removal of roaming in the EU: Lessons for Russia

Possible consequences of removal of national and intranet roaming in Russia are actively discussed nowadays. A major focus of this article is on the European Union where international roaming was removed. The overview of the evolution of roaming in the European Union can be mainly discussed in case of international roaming but at the same time can be extended to national and intranet roaming regulation. European experience is one of the sources of identification of practical issues, as well as options for their solution. This paper aims at providing insights in the effect of roaming regulation in the European Union. We also discuss in detail main structural alternatives of regulation and principles of their comparison, disclose used principles of institutional design. European experience makes an opportunity to summarize the best practices of «smart regulation»: consistent approach to reforms, the assessment of effects for mobile network operators and for consumers, adjustment of measures based on the intermediate results. These practices are relevant when changing the system of intranet roaming in Russia.

Keywords: mobile communication services, international roaming, national roaming, intranet roaming, wholesale roaming, waterbed effect, smart regulation.

About authors: K. Ionkina;

A. Shastitko, *Director, Head of the Department of Competitive and Industrial Policy*

For citation: Ionkina K., Shastitko A. Removal of roaming in the EU: Lessons for Russia. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 16–26 (in Russian, abstr. in English).

Шашитко А. А., канд. экон. наук, аспирантка экономического факультета *the New School for Social Research (Новая школа социальных исследований)*, США, г. Нью-Йорк; науч. сотрудник Центра исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, г. Москва; младший науч. сотрудник экономического факультета МГУ им. Ломоносова, г. Москва, shashitkoanastasia@gmail.com

Ценовая дискриминация: экономическая теория и практика правоприменения

Статья посвящена вопросу ценовой дискриминации, в частности нормам, на основании которых осуществляется контроль ценовой дискриминации в России. Анализ проводится на основании экономической теории ценовой дискриминации и практики правоприменения соответствующих норм в США и Европе. Задача данной статьи состоит в том, чтобы выявить слабые места правовой базы и практики контроля ценовой дискриминации в России. На основании проведенного анализа было установлено, что, во-первых, на настоящее время нормы о ценовой дискриминации создают правовую неопределенность; во-вторых, применение подхода *per se* к практике ценовой дискриминации в России не дает реализоваться многим положительным эффектам такой практики; в-третьих, нормы о ценовой дискриминации в России могут быть недостаточными для пресечения некоторых видов ценовой дискриминации, которые имеют отрицательные эффекты, в частности ценовая дискриминация, не подразумевающая наличия у компании доминирующего положения на рынке. Актуальность исследования обусловлена появлением ряда дел по ценовой дискриминации в России, в частности, нашумевшего дела Федеральной антимонопольной службы о разнице в цене на услуги мобильной связи внутри «домашнего региона» и за его пределами (внутрисетевой роуминг).

Ключевые слова: ценовая дискриминация, конкурентная политика, антимонопольный закон, мобильная связь, правовая неопределенность, взвешенный подход, подход *per se*.

Введение

Суть ценовой дискриминации состоит в том, что компания назначает разные цены за один и тот же товар для разных потребителей¹, что позволяет ей получить большую прибыль, чем при единой цене [Varian, 1989]. В основе ценовой дискриминации лежит предположение о том, что на рынке присутствуют потребители с разной готовностью заплатить за товар. Тогда компания, обладающая рыночной властью, дающей ей возможность назначить цену за товар выше конкурентной, может

получить большую прибыль, назначая цену выше для тех потребителей, которые готовы платить больше, и ниже для тех потребителей, которые не готовы платить больше. Обладание компанией рыночной властью представляется обязательным условием для ценовой дискриминации, так как в отсутствие рыночной власти компания не имеет возможности назначать цену выше конкурентной ни для одной из групп потребителей. При этом в теории предполагается, что в отсутствие ценовой дискриминации единая цена компании, обладающей рыночной властью, которая не ограничена требованиями антимонопольного законодательства, является монопольно высокой.

Подчеркнем, что разница в цене может быть обусловлена разницей в издержках и рисках предоставления услуги или про-

¹ В данном случае разными потребителями может считаться один и тот же потребитель, но в разных ситуациях, и соответственно, ценовой дискриминацией тогда является разная цена для одного потребителя, но за разные единицы товара.

дажи товара разным группам потребителей, что требует сопоставимости условий рассматриваемых сделок. В этой связи более правильным было бы считать ценовой дискриминацией ситуацию, когда цена для одной группы потребителей выше конкурентной цены в большей степени, чем для другой [Stigler, 1987]. При этом готовность платить первой группы больше готовности платить второй группы.

В российском антимонопольном законодательстве ценовая дискриминация нашла свое отражение в ст. 10 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции) и в ст. 13 Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон о торговле). Согласно ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции: *«Запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей, в том числе следующие действия (бездействие):*

...

6) экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом;

...

8) создание дискриминационных условий;

...».

При этом создание дискриминационных условий, согласно ч. 8. ст. 4 Закона о защите конкуренции определяется следующим образом: *«Дискриминационные условия — условия доступа на товарный рынок, усло-*

вия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами».

Таким образом, в Законе о защите конкуренции напрямую есть указания на наличие у компании доминирующего положения, а также на то, что результатом поведения компании, на которое накладывается запрет, является ограничение конкуренции, а также интересов других хозяйствующих субъектов или потребителей (как класса). При этом подразумевается, что перечисленные следом действия (бездействия) имеют такой результат. То есть к ним применяется запрет *per se*, что делает компанию, занимающую доминирующее положение (в российской антимонопольной практике это может быть индивидуальное доминирование в составе коллективно доминирующих субъектов (ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции)), чье поведение соответствует одному или нескольким из перечисленных действий (бездействий), нарушающей антимонопольное законодательство.

Закон о торговле гласит: *«Хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещается:*

1) создавать дискриминационные условия, определяемые в соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции»...».

Таким образом, Закон о торговле не подразумевает определение доминирующего положения, ссылка на Закон о защите конкуренции распространяется только на перечень действий (бездействий), но не на квалификацию положения хозяйствующего субъекта. Однако Закон о торговле приме-

няется только по отношению к поставкам продовольственных товаров².

Определение ценовой дискриминации в экономической теории, о котором говорилось в начале, соответствует поведению компании, запрещенному Законом о защите конкуренции (п. 6, 8 ч. 1 ст. 10). То есть ценовая дискриминация в России является нарушением антимонопольного законодательства *per se*. При этом в случае ценовой дискриминации различие между принципом взвешенного подхода (*rule of reason*) и подхода *per se* представляется одним из наиболее заметных, так как, согласно многим оценкам, ценовая дискриминация может иметь положительный эффект как для общественного благосостояния, так и для потребительского, а также положительно сказываться на конкурентной среде, быть проявлением здоровой конкуренции.

Применение норм о ценовой дискриминации в России в том виде, в котором они имеют место на данный момент, также связано с рядом трудностей, в частности, с вопросом определения границ рынка, согласно приказу Федеральной антимонопольной службы от 28 апреля 2010 г. № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее — Приказ 220). Об этом более подробно ниже.

Помимо положительных эффектов от ценовой дискриминации, правоприменение в этой сфере в России не учитывает в полной мере негативные эффекты ценовой дискриминации, а именно тот факт, что ценовая дискриминация может быть не только действием (бездействием) компании, занимающей доминирующее положение, но и быть направлена на установление такого положения компанией, которая доминирующей на соответствующем рынке пока не является.

² Про эффекты регулирования ценовой дискриминации в рамках закона о торговле см. [Авдашева и др., 2015].

Актуальность статьи обусловлена появлением ряда дел по ценовой дискриминации в России, в частности, нашумевшего дела Федеральной антимонопольной службы о разнице в цене на услуги мобильной связи внутри «домашнего региона» и за его пределами (внутрисетевой роуминг)³.

Данная статья направлена на анализ норм о ценовой дискриминации в России с точки зрения экономической теории [Motta, 2004, pp. 680–707] и практики правоприменения соответствующих норм в США и Европе. В первом разделе статьи рассмотрены практические проблемы применения норм о ценовой дискриминации в связи с определением границ рынка. Во втором разделе описаны возможные положительные эффекты ценовой дискриминации, которые говорят об упущенной выгоде в случае применения принципа *per se* к вопросу ценовой дискриминации. В третьем разделе проанализированы негативные эффекты ценовой дискриминации, некоторые из которых могут остаться безнаказанными в условиях правоприменения в этой сфере в России.

1. Практические проблемы применения норм о ценовой дискриминации в России

Нарушение компанией ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции соответствует ситуации, когда компания, занимающая доминирующее положение, необоснованно устанавливает различные цены (тарифы) на один и тот же товар или создает дискриминационные условия, то есть условия, при которых один хозяйствующий субъект или хозяйствующие субъекты поставлены в неравное положение по сравнению с другим

³ Подробнее о деле: https://www.rbc.ru/technology_and_media/10/07/2018/5b44c0fb9a7947f8f292a59a.

Об отдельных аспектах дела см. также статью в данном номере «Современной конкуренции»: Павлова Н. С., Мелешкина А. И. «Внутрисетевой роуминг в России: а есть ли рынок?».

хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами.

Таким образом, для того, чтобы квалифицировать поведение компании как ценовую дискриминацию, необходимо показать:

- во-первых, что речь идет об одном товаре, то есть приобретаемый одной группой потребителей товар по одной цене является взаимозаменяемым с товаром, приобретаемым другой группой потребителей по другой цене;
- во-вторых, что компания занимает на соответствующем рынке доминирующее положение;
- в-третьих, что разница в ценах не обусловлена разницей в издержках предоставления услуги или продажи товара разным группам потребителей, в том числе связанной с экономией на масштабе и на ассортименте, а также не обусловлена и различиями в уровне риска взаимодействия с разными категориями потребителей.

Перечисленные условия являются обязательными, но не достаточными для того, чтобы поведение компании могло быть квалифицировано как ценовая дискриминация, так как для того, чтобы компания имела возможность осуществлять ценовую дискриминацию, помимо рыночной власти, она также должна иметь возможность различать потребителей с разной готовностью платить (при этом это может быть один и тот же человек в разных ситуациях), и должна отсутствовать или быть сильно затруднена возможность арбитража⁴ (прямо или опосредовано), подразумевая, что даже если такая операция технически возможна и юридически допустима, то экономически она нецелесообразна. Однако Закон о защите конкуренции не отражает последние два условия.

Одна из проблем применения норм о ценовой дискриминации связана с вопросом определения границ рынка — как продук-

товых, так и географических. Этот вопрос напрямую имеет отношение к квалификации поведения компании как нарушения антимонопольного законодательства в виде ценовой дискриминации, так как такая квалификация подразумевает, что компания назначает цены на один и тот же товар. То есть подразумевается, что разница в цене наблюдается на одном и том же рынке в одних продуктовых и географических границах. Однако такой интерпретации во многом противоречит сам подход к определению границ рынка. Как отмечалось выше, ценовая дискриминация подразумевает наличие потребителей с разной готовностью платить за товар. Один из типов ценовой дискриминации (ценовая дискриминация третьего уровня) осуществляется путем выявления разных групп потребителей, когда эластичность спроса одной группы отличается от эластичности спроса другой, и назначения более высокой цены для той группы, где эластичность спроса меньше. Наблюдаемые признаки, по которым одна группа отличается от другой (например, возраст, местоположение, тип закупки и т. д.), во-первых, позволяют компании различать потребителей с разной готовностью платить, а во-вторых, обуславливают различия в эластичности спроса как таковой (например, эластичность спроса у пенсионеров выше). При этом Приказ 220 содержит положение (п. 3.3), согласно которому: «*Мнение покупателей может отличаться в зависимости от способа их участия в обороте товара (оптовый, мелкооптовый покупатель, покупатель единичного количества товара).*

Группы покупателей различаются:

- по способу и формам участия в обороте товара (в том числе оптовые приобретатели и розничные приобретатели);
- по месту приобретения товара;
- по предъявляемым к товару требованиям;
- по особенностям поведения на товарном рынке;
- по другим признакам.

⁴ То есть потребители, купившие товар по более низкой цене, не должны иметь возможность перепродать товар потребителям, цена для которых выше.

Разные группы приобретателей признаются действующими на разных товарных рынках, если один и тот же продавец на основании признаков, указанных в настоящем пункте, устанавливает разные цены на один и тот же товар для разных групп приобретателей.

Рассматриваемый товар может обращаться на одной и той же территории на разных товарных рынках. Такие товарные рынки следует анализировать обособленно».

То есть, с одной стороны, для квалификации поведения компании как ценовой дискриминации, при которой она назначает различные цены на один и тот же товар, нужно показать, что речь идет о рынке в одних продуктовых границах. А с другой стороны, назначение различных цен на один и тот же товар для разных потребителей означает, что речь идет о разных товарных рынках. Это может означать, что понятия «один и тот же товар» и «один товарный рынок» («рынок в одних продуктовых границах») не соответствуют друг другу. Тогда, во-первых, получается, что в Приказе 220 ничего не говорится о том, как определить «один и тот же товар», а во-вторых, не понятно, о доминировании на каком из рынков идет речь при квалификации положения компании. Последний вопрос особенно важен, так как большая эластичность спроса на одном рынке, чем на другом, может быть связана с тем, что на втором рынке компания обладает доминирующим положением, а на первом нет.

То же касается географических границ рынка. С одной стороны, считаем, что компания занимает доминирующее положение на одном рынке и на нем осуществляет действие, которое может быть квалифицировано как ценовая дискриминация. С другой стороны, согласно п. 4.4 Приказа 220: «Если в связи с приобретением товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), приобретатель несет значительные

издержки, превышающие, как правило, 10 процентов от средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю (приобретателям) в пределах предварительно определенных географических границ рассматриваемого товарного рынка, то такие территории (продавцы) должны относиться к другим товарным рынкам».

Это может быть интерпретировано таким образом, что, если цена товара в пределах одной территории значительно (более чем на 10%) отличается от цены товара в пределах другой территории, то речь идет о разных рынках. Более того, расположение потребителей может позволить компании «разделить» их на разные группы, и в случае, если эластичность спроса таких групп разная, а арбитраж затруднен, «тест гипотетического монополиста» покажет, что территории, на которых расположены группы потребителей, относятся к разным рынкам [Pike, 2016].

Как известно, модель совершенной конкуренции, где цена равна предельным издержкам, является нереалистичной. То есть практически у любой компании всегда есть возможность назначить цену выше предельных издержек. Доминирующее положение (ст. 5 Закона о защите конкуренции) включает в себя более узкий круг ситуаций, чем те, когда компании имеют возможность назначить цену выше предельных издержек (хотя норма о коллективном доминировании вызывает в этом сомнение (ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции)). То есть для осуществления ценовой дискриминации не нужно обладать доминирующим положением. Необходимым условием является только наличие минимальной рыночной власти, позволяющей назначать цену выше предельных издержек. Норма о ценовой дискриминации в Законе о защите конкуренции предписывает пресекать только те случаи ценовой дискриминации, которые осуществляются компанией, занимающей доминирующее положение. Как будет показано ниже, это, с одной стороны, хорошо,

так как позволяет сохранить положительный эффект от ценовой дискриминации (только если не применяется норма о коллективном доминировании), а с другой стороны, это может не позволить пресечь практику ценовой дискриминации со стороны не доминирующей компании, которая тем не менее может негативно сказаться на конкуренции на рынке.

Таким образом, на данный момент нормы о ценовой дискриминации рожают правовую неопределенность, которая, как известно, негативно сказывается на эффективности функционирования рынков.

2. Применение взвешенного подхода к вопросу ценовой дискриминации

Квалификация ценовой дискриминации в России не зависит от ее эффекта как для общественного благосостояния, так и для потребительского. Согласно ч. 1, 2 ст. 1 Закона о защите конкуренции, целями конкурентной политики⁵ являются: «...предупреждение (я) и пресечение (я):

1) монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;

2) недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации.

...обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков».

⁵ При этом на самом деле цели конкурентной политики не обязательно могут совпадать с целями Закона о защите конкуренции. Однако, цели конкурентной политики нигде не отражены.

Таким образом, Закон о защите конкуренции ничего напрямую не говорит о потребительском или общем благосостоянии. Рассмотрим, какие положительные эффекты может иметь ценовая дискриминация как для общественного, так и для потребительского благосостояния, а также для конкурентной среды, и случаи, когда ценовая дискриминация есть проявление здоровой конкуренции. Это позволит осознать упущенную выгоду от применения подхода *per se* к ценовой дискриминации.

Использование взвешенного подхода подразумевает сопоставление положительного и отрицательного влияния того или иного поведения компании на общее или потребительское благосостояние (в зависимости от выбранного критерия) в каждом отдельном случае. Для использования принципа взвешенного подхода, а также для того, чтобы проанализировать поведение компании с точки зрения его влияния на конкурентную среду, используют экономическое моделирование.

В экономической теории различают ценовую дискриминацию трех уровней. Ценовая дискриминация первого уровня подразумевает, что компания назначает цену для каждого потребителя равную его готовности заплатить. Это означает, что компания обладает информацией о готовности заплатить каждого потребителя или может ее оценить. Стоит заметить, что использование больших данных делает такой тип ценовой дискриминации реалистичным [Шашитко, Павлова, 2018]. Ценовая дискриминация второго уровня не подразумевает, что компания обладает возможностью различать потребителей с разной готовностью заплатить на основании наблюдаемых характеристик и доступной информации, так как в случае ценовой дискриминации второго типа не компания назначает разные цены для различных потребителей, а потребители выбирают из меню разных версий одного и того же товара (одинаковые издержки производства и реализации, а также риски

взаимодействия с потребителем), таким образом выявляя свою готовность платить. Ценовая дискриминация третьего уровня подразумевает, что компания может «разделить» потребителей на группы на основании их наблюдаемых характеристик (не обязательно неизменных), где эластичность спроса одной группы выше эластичности спроса другой группы, а цена для первой группы соответственно ниже цены для второй группы.

Также можно выделить статическую и динамическую ценовые дискриминации; первая происходит тогда, когда все транзакции имеют место в один временной период, а вторая, когда дискриминация осуществляется во времени.

Наконец к отдельной категории можно отнести ценовую дискриминацию на рынке промежуточного товара. Выделение данного типа ценовой дискриминации в отдельную группу важно с точки зрения того, что некоторые практики, попадающие под определение ценовой дискриминации, могут иметь негативные последствия на рынке промежуточного товара, но не иметь их на рынке потребительского товара [Pike, 2016].

Во многих юрисдикциях ценовая дискриминация рассматривается по умолчанию как полезная практика, и только в некоторых случаях она признается вне закона, когда ее отрицательные последствия перевешивают положительные [Pike, 2016]. Во-первых, в случае ценовой дискриминации на монополизированном рынке большее количество потребителей получают возможность купить товар. Таким образом, если ценовая дискриминация ведет к повышению выпуска, то она является полезной (обратное не всегда верно) [Schmalensee 1981; Varian, 1985]. Во-вторых, происходит перераспределение благосостояния от потребителей, которые готовы платить больше, в пользу компании, а также в пользу потребителей, которые не готовы платить больше. Тогда все зависит от выбранного критерия, а также от понимания принципа справедливо-

сти (возможно, такая ситуация приемлема в стране с большим государственным сектором и высоким уровнем неравенства среди населения).

Также ценовая дискриминация может быть проявлением здоровой конкуренции [Armstrong, Vickers, 2001; Corts, 1998; Holmes, 1989], например, на олигополистических рынках, когда одна компания борется за потребителей, в предыдущем периоде приобретавших товар у другой компании [Pike, 2016]. Тогда наличие ценовой дискриминации как возможной стратегии повышает интенсивность конкурентной борьбы, что снижает цены и повышает выпуск.

Наконец, ценовая дискриминация, когда потребители с большей готовностью платить получают большую цену, а потребители с меньшей готовностью платить — меньшую (ценообразование по Рамсею), является наименее деструктивной ценовой структурой, позволяющей компании покрыть издержки на инвестиции как в инновации, так и в основной капитал [Pike, 2016]. Напомним, что невозвратные издержки не входят в предельные издержки, которым должны быть равны цены на совершенно конкурентных рынках. С одной стороны, невозможность покрыть невозвратные издержки может снижать мотивацию компании к осуществлению инвестиций. С другой стороны, невозвратные издержки не всегда могут быть связаны с инвестициями полезными для потребителей. Возможны случаи, когда компания осуществляет инвестиции в рентоориентированное поведение, в затруднение арбитража или более точное определение готовности платить потребителя.

3. Негативные эффекты ценовой дискриминации

Выделим три типа ценовой дискриминации, имеющие негативные последствия, которые можно проанализировать с точки зрения экономической теории, лежащей в основе конкурентной политики:

1) эксплуатационная (*exploitative*), где ценовая дискриминация представляется проявлением рыночной власти, которое оказывает негативное влияние на потребителей;

2) искажающая (*distortionary*), где ценовая дискриминация на рынке промежуточного товара негативно влияет на конкурентный процесс на рынке вниз по производственной цепочке, ставя компании на этом рынке в неравные условия, что искажает конкуренцию по цене, качеству и другим полезным для потребителей параметрам; 3) исключаящая (*exclusionary*), где ценовая дискриминация направлена на установление и защиту рыночной власти [Pike, 2016].

В США получение рыночной власти и даже монополизация рынка может не считаться нарушением, если это происходит за счет того, что компания действительно производит лучший продукт или является наиболее эффективной. Однако увеличение своей рыночной власти за счет ценовой дискриминации при соответствующей интерпретации акта Шермана может быть квалифицировано как нарушение.

В Европе нормы о ценовой дискриминации так же, как и в России, относятся только к доминирующим компаниям. Они также распространяются как на рынки промежуточного товара, где ценовая дискриминация негативно влияет на рынок вниз по производственной цепочке (искажающая ценовая дискриминация), так и на рынки потребительских товаров (эксплуатационная ценовая дискриминация). Однако на практике расследуются в основном дела о искажающей ценовой дискриминации [Geradin, Petit, 2005]. Нужно также отметить, что большинство юрисдикций по всему миру ставят в приоритет именно этот тип ценовой дискриминации [Pike, 2016].

При рассмотрении ценовой дискриминации на рынках промежуточных товаров нужно учитывать, что, как уже отмечалось выше, ценовая дискриминация может привести к увеличению предложения на рынке. Если это рынок промежуточного товара,

то большее предложение на таком рынке может привести к большему количеству потребителей, которые получают доступ к конечному продукту.

В США искажающая ценовая дискриминация регулируется на основании акта Робинсона-Патмана. Практика правоприменения данной нормы отражает основную идею конкурентной политики США о том, что такая политика направлена на защиту конкуренции, а не на защиту конкурентов. Таким образом, компании вниз по производственной цепочке, к которым применяются разные цены, должны действовать на одном рынке, то есть непосредственно конкурировать друг с другом. Остаются неоднозначными ситуации, когда именно ценовая дискриминация не позволяет им непосредственно конкурировать друг с другом. Более того, должна быть доказана значительность разницы в цене (в условиях), а также значительность потерь компании, оказавшейся в невыгодных условиях из-за ценовой дискриминации. В случае, когда ценовая дискриминация признана искажающей, компенсация для пострадавшей компании вниз по производственной цепочке рассчитывается не на основании недополученной «скидки» такой компанией, а на основании потерянных продаж компании, которая оказалась в невыгодных условиях из-за ценовой дискриминации [Pike, 2016].

В Европе к практике искажающей ценовой дискриминации применяется принцип взвешенного подхода, когда помимо прочего необходимо проанализировать влияние ценовой дискриминации на результат функционирования рынка вниз по производственной цепочке (цена, качество, уровень инновационной активности) [Pike, 2016]. Это позволяет оценить влияние ценовой дискриминации на рынке промежуточного товара непосредственно на уровень конкуренции на рынке вниз по производственной цепочке (через аппроксимацию уровня конкуренции на рынке), что необходимо, так как опреде-

ленный вред для компаний на рынке вниз по производственной цепочке от ценовой дискриминации не обязательно означает вред для потребителей и для конкуренции на этом рынке. Такой подход снижает мотивацию компаний использовать норму о ценовой дискриминации для защиты только собственных интересов.

При потенциальной возможности ценовой дискриминации компании могут совершать действия (пребывать в бездействии), направленные на получение возможности ценовой дискриминации. При этом, как отмечалось выше, компании не обязательно обладать доминирующим положением, однако такие действия могут негативно сказаться на общественном благосостоянии, например, если компания осуществляет инвестиции в рентоориентированное поведение, в затруднение арбитража или более точное определение готовности платить потребителя. Также любая компания с минимальной рыночной властью может эксплуатировать когнитивные ошибки потребителей и дискриминировать, например, между опытным пользователем и новичком или эксплуатировать когнитивную ошибку статуса-кво, когда человек не переключается на более подходящий для него вариант без рациональной для этого причины [Pike, 2016].

Доминирующая компания может использовать ценовую дискриминацию для увеличения не только прибыли, но и своей рыночной власти через исключительную ценовую дискриминацию. Например, ценовая дискриминация может быть использована в процессе хищнического ценообразования⁶ для таргетирования одной группы потребителей и возмещения ущерба за счет

другой. К другим примерам использования исключительной ценовой дискриминации, которая в данном случае скорее проявление здоровой конкуренции, полезной для потребителей, относятся скидки лояльности. В этом случае конкуренция идет не за каждую единицу проданного товара, а за каждого покупателя. Также исключительная ценовая дискриминация может иметь форму продажи в наборах. Компания получает преимущество за счет продажи товара в наборе, когда по отдельности данные товары стоят дороже, а на рынке присутствуют компании, продающие только часть товаров, входящих в набор, что не позволяет им конкурировать с первой компанией. Наконец, исключительная ценовая дискриминация может быть связана с вертикально интегрированной компанией, например, когда розничные цены такой компании близки к ценам ее поставок в другие розничные магазины.

Как было отмечено выше, в России нормы о ценовой дискриминации направлены только против компаний, занимающих доминирующее положение. Это оставляет возможность компаниям, не занимающим доминирующее положение, использовать исключительную ценовую дискриминацию для получения большей рыночной власти противоконкурентным путем. Применение норм конкурентной политики по отношению к компаниям, не занимающим доминирующее положение, является нетрадиционной практикой в России. Такие нормы выходят за пределы так называемого «жесткого ядра» антитраста [Авдашева, Шаститко, 2010]. Однако, как показывает экономическая теория, и для чего теория ценовой дискриминации является одним из самых ярких примеров, существует поведение компании, которое имеет негативный эффект для общественного или потребительского благосостояния, а также для конкуренции на рынке, но не требует наличия у компании доминирующего положения (индивидуального доминирования), а существует

⁶ Хищническая цена соответствует монопольной низкой цене в российском законодательстве, где последняя считается таковой, если приводит или может привести к снижению количества участников рынка. При этом Закон о защите конкуренции не требует доказательства того, что компания в состоянии возместить потери после периода монопольно низкой цены.

поведение компании, которое имеет также негативные эффекты, но для квалификации которого в качестве нарушения необходимо установить доминирующее положение компании (индивидуальное доминирование), так как только в этом случае такое поведение компании в принципе возможно. Использование нормы о коллективном доминировании можно считать попыткой «отлавливать» случаи, когда компания не имеет индивидуально доминирующего положения, но ее поведение может иметь негативные эффекты. Однако при этом есть опасность квалифицировать поведение компании в качестве нарушения, которое требует индивидуального доминирования, с использованием нормы о коллективном доминировании. Также Закон о торговле позволяет применять нормы о ценовой дискриминации в отношении компаний, не занимающих доминирующее положение, однако только в сфере поставок продовольственных товаров. Наконец, ст. 14.8 Закона о защите конкуренции запрещает «*иные формы недобросовестной конкуренции*». То есть данная статья в принципе позволяет рассматривать исключаящую ценовую дискриминацию в качестве нарушения антимонопольного законодательства без определения доминирующего положения компании. Однако, наряду с другими особенностями доказательной базы для квалификации нарушения по ст. 14.1, вопрос стоит также о достаточности санкций за нарушение норм гл. 2.1 по сравнению с возможной прибылью, которую может получить компания в результате осуществления исключаящей ценовой дискриминации.

Запрет на ценовую дискриминацию, в частности, на основании местоположения, может быть также обусловлен целями конкурентной политики, которые не связаны с общественным или потребительским благосостоянием. Так, в Законе о защите конкуренции в качестве цели напрямую указано на обеспечение единства экономического пространства, что может стать основанием

для запрета ценовой дискриминации. Однако при решении антимонопольного органа о прямом запрете ценовой дискриминации, то есть о «выравнивании цен», должны учитываться последствия такого решения, так как ценовая дискриминация, как было показано ранее, может быть проявлением здоровой конкуренции [Grennan, 2013; Nevo, Wolfram, 2002; Asplund и др., 2008], поэтому при выравнивании цены может произойти ее рост для одной из групп потребителей для достижения конкурентного уровня, обеспечивающего рентабельность функционирования компании. А также ценовая дискриминация имеет положительные эффекты, которые будут потеряны при назначении единой цены компанией [Beckert и др., 2015; Cuddeford-Jones, 2013].

Заключение

На основании проведенного анализа норм о ценовой дискриминации в России с точки зрения экономической теории и практики правоприменения соответствующих норм в США и Европе можно сделать следующие выводы. Во-первых, нормы о ценовой дискриминации в России ведут к правовой неопределенности. Во-вторых, рассмотренные в статье положительные эффекты от ценовой дискриминации говорят о возможной неадекватности применения подхода *per se* к ценовой дискриминации в России. Для применения принципа взвешенного подхода необходимо использовать специальную процедуру с учетом особенностей рынка. В-третьих, существуют виды ценовой дискриминации, которые имеют отрицательные эффекты и не «улавливаются» российским антимонопольным законодательством, в частности ценовая дискриминация, не подразумевающая наличия у компании доминирующего положения на рынке.

Одним из основных способов борьбы с ценовой дискриминацией является устранение действий со стороны государства

(ст. 15 и 16 Закона о защите конкуренции), делающих ценовую дискриминацию возможной, например, затрудняя арбитраж. Это позволит рынку приобрести конкурентное равновесие естественным путем без лишнего регулирования.

Также вопрос ценовой дискриминации неоднозначен по определению, так как квалификация данной нормы зависит от выбранного критерия (общественное благосостояние или благосостояние потребителей) в случае применения взвешенного подхода, а также от понимания того, что является «честным» или как определить «здоровую конкуренцию». В каждой юрисдикции этот вопрос решается индивидуально в зависимости от сложившихся ценностей и глобальных целей.

На основании экономической теории, лежащей в основе нормы о ценовой дискриминации, можно утверждать, что в антимонопольном деле о разнице в цене на услуги мобильной связи внутри «домашнего региона» и за его пределами (внутрисетевой роуминг) нет признаков ценовой дискриминации, так как речь не идет об одном и том же товаре для разных групп потребителей ввиду отсутствия взаимозаменяемости между связью внутри «домашнего региона» и за его пределами (внутрисетевой роуминг).

Список литературы

1. Авдашева С. Б., Хомик О. С., Храмова М. Н. Влияние бизнес-практик российских розничных сетей на положение поставщиков до и после введения законодательной регламентации: оценка на основе микроданных // Российский журнал менеджмента. 2015. Т. 13. №3. С. 3–38.
2. Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Конкурентная политика: состав, структура, система // Современная конкуренция. 2010. №1 (19).
3. Шаститко А. Е., Павлова Н. С. Пятый антимонопольный пакет: множим сущности или отвечаем на вызовы? // Конкуренция и право. 2018. №2. С. 20–30.
4. Armstrong M., Vickers J. Competitive Price Discrimination // The RAND Journal of Economics. 2001. Vol. 32. No. 4. P. 579–605.
5. Asplund M., Eriksson R., Strand N. Price Discrimination in Oligopoly: Evidence from Regional Newspapers // Journal of Industrial Economics 0022–1821. 2008. Vol. LVI. No. 2.
6. Beckert W., Smith H., Takahashi Y. Competitive price discrimination in a spatially differentiated intermediate goods market // University of London Working Paper, 2015.
7. Corts K. S. Third-Degree Price Discrimination in Oligopoly: All-Out Competition and Strategic Commitment // The RAND Journal of Economics. 1998. Vol. 29. No. 2. P. 306–323.
8. Cuddeford-Jones M. Effective Revenue Management in the Hospitality Industry // Eye for Travel. 2013. White Paper.
9. Geradin D., Petit N. Price Discrimination under EC Competition Law: The Need for a case-by-case Approach // The Global Competition Law Centre. 2005. Working Papers Series GCLC.
10. Grennan M. Price Discrimination and Bargaining: Empirical Evidence from Medical Devices // American Economic Review. 2013. Vol. 103. No. 1. P. 145–177.
11. Holmes T. J. The Effects of Third-Degree Price Discrimination in Oligopoly // The American Economic Review. 1989. Vol. 79. No. 1. P. 244–250.
12. Motta M. Competition policy. Theory and practice. Cambridge University Press. Cambridge. 2004.
13. Nevo A., Wolfram C. Why do manufacturers issue coupons? An empirical analysis of breakfast cereals // RAND Journal of Economics. 2002. Vol. 33. No. 2. P. 319–339.
14. Pike C. Price discrimination // DAF/COMP. 2016. 15.
15. Schmalensee R. Output and Welfare Implications of Monopolistic Third-Degree Price Discrimination // American Economic Review. 1981. Vol. 71. P. 242–247.
16. Stigler G. J. The Theory of Price. Macmillan Company. 1987. New York.
17. Varian H. R. Price Discrimination and Social Welfare // American Economic Review. 1985. Vol. 75. No. 4. P. 870–875.
18. Varian H. R. Price Discrimination. In R. Schmalensee and R. D. Willig, eds., The Handbook of Industrial Organization. 1989. Amsterdam: North-Holland.

References

1. Avdasheva S. B., Homik O. S., Hramova M. N. The Impact of Russian Retail Chains Business Practices on Suppliers Performance Before and After the New Legislative Regulation: Microdata Assessment. *Russian Management Journal*. 2015, vol. 13, no. 3, pp. 3–38 (in Russian, abstr. in English).
2. Avdasheva S. B., Shastitko A. E. Competition policy: composition, structure, system. *Journal of Modern Competition*, 2010, no. 1 (19) (in Russian, abstr. in English).
3. Shastitko A. E., Pavlova N. S. The fifth antitrust package: do we posit pluralities or respond to the challenges? *Competition and Law*, 2018, no. 2, pp. 20–30 (in Russian, abstr. in English).
4. Armstrong M., Vickers J. Competitive Price Discrimination. *The RAND Journal of Economics*, 2001, vol. 32, no. 4, pp. 579–605.
5. Asplund M., Eriksson R., Strand N. Price Discrimination in Oligopoly: Evidence from Regional Newspapers. *Journal of Industrial Economics 0022–1821*, 2008, vol. LVI, no. 2.
6. Beckert W., Smith H., Takahashi Y. Competitive price discrimination in a spatially differentiated intermediate goods market. University of London, Working Paper, 2015.

7. Corts K. S. Third-Degree Price Discrimination in Oligopoly: All-Out Competition and Strategic Commitment. *The RAND Journal of Economics*, 1998, vol. 29, no. 2, pp. 306–323.
8. Cuddeford-Jones M. Effective Revenue Management in the Hospitality Industry. Eye for Travel, 2013, White Paper.
9. Geradin D., Petit N. Price Discrimination under EC Competition Law: The Need for a case- by-case Approach. The Global Competition Law Centre, 2005. Working Papers Series GCLC.
10. Grennan M. Price Discrimination and Bargaining: Empirical Evidence from Medical Devices. *American Economic Review*, 2013, vol.103, no. 1, pp. 145–177.
11. Holmes T. J. The Effects of Third-Degree Price Discrimination in Oligopoly. *The American Economic Review*, 1989, vol. 79, no. 1, pp. 244–250.
12. Motta M. Competition policy. Theory and practice. Cambridge University Press, Cambridge, 2004.
13. Nevo A., Wolfram C. Why do manufacturers issue coupons? An empirical analysis of breakfast cereals. *RAND Journal of Economics*, 2002, vol. 33, no. 2, pp. 319–339.
14. Pike C. Price discrimination. DAF/COMP, 2016, 15.
15. Schmalensee R. Output and Welfare Implications of Monopolistic Third-Degree Price Discrimination. *American Economic Review*, 1981, vol. 71, pp. 242–247.
16. Stigler G. J. The Theory of Price. Macmillan Company, 1987, New York.
17. Varian H. R. Price Discrimination and Social Welfare. *American Economic Review*, 1985, vol.75, no. 4, pp. 870–875.
18. Varian H. R. Price Discrimination. In R. Schmalensee and R. D. Willig, eds., *The Handbook of Industrial Organization*, 1989, Amsterdam: North-Holland.

A. Shastitko, *The New School for Social Research, US, New York; Research center on competition and economic regulation at the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow; Lomonosov Moscow State University, Moscow, shastitkoanastasia@gmail.com*

Price discrimination: economic theory and law enforcement practice

The article concerns price discrimination, in particular, the way price discrimination practice is regulated in Russia. The analysis is based on the economic theory of price discrimination and the law enforcement practice of the corresponding legal norms in the US and Europe. The main goal of this article is to reveal possible weaknesses in the legal framework of the price discrimination practice in Russia. The analysis was motivated by a number of cases on price discrimination opened by the Federal Antimonopoly Service of Russia, and in particular, the case about the difference in the price of mobile communication services within the «home region» and «in roaming». The results of the analysis are the following. First, legal uncertainty in the area of price discrimination was identified. Second, it was shown that the use of the *per se* approach to the practice of price discrimination in Russia leads to the welfare loss. Third, it was also shown that the norms on price discrimination in Russia might be insufficient to control negative effects of some types of price discrimination, in particular in cases where price discrimination does not require a company to have dominant position in the market.

Keywords: price discrimination, competition policy, antimonopoly law, mobile communication, legal uncertainty, rule of reason, *per se* rule.

About author:

A. Shastitko, *PhD in Economics, PhD student in Economics; Research fellow; Junior research fellow*

For citation:

Shastitko A. Price discrimination: economic theory and law enforcement practice. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 27–38 (in Russian, abstr. in English).

Князева И. В., докт. экон. наук, профессор, РАНХиГС (Сибирский институт управления — филиал), профессор Новосибирского государственного технического университета (НГТУ), irknyazeva@yandex.ru

Конкурентная культура в фокусе содержательных положений образовательных и профессиональных стандартов

Создание широкого спектра образовательных программ и мероприятий по формированию конкурентной культуры в обществе позволяет обеспечить наряду с контрольно-надзорными мерами, реализуемыми в рамках законодательства о конкуренции, эффективную конкурентную среду.

В статье рассмотрены теоретические положения, характеризующие роль конкурентной культуры в формировании благосостояния общества, представлен авторский контент-анализ восьми образовательных стандартов и 300 образовательных компетенций. Аналогичный анализ представлен при аудите положений профстандартов, отражающих управленческий и экономический виды деятельности. Предложена краткая характеристика основных положений профессионального стандарта «Специалист по конкурентному праву», утвержденного 9 октября 2018 г.

Специальный раздел посвящен вопросам рассмотрения деятельности по предотвращению антимонопольных рисков при реализации программ антимонопольного комплаенса как инструмента адвокатиrowания конкуренции и формирования проконкурентной культуры в обществе.

Ключевые слова: конкурентная политика, адвокатиrowание, конкурентная культура, антимонопольный орган, профессиональный стандарт, образовательный стандарт, образование, компетенции, бизнес, общество.

Введение

Системные экономические преобразования и реализация механизмов эффективной конкуренции, приоритет потребительских интересов на рынке и сокращение фактов антиконкурентного поведения достигаются не только через инструменты правоприменения и реализации конкурентным ведомством контрольно-надзорных функций в рамках действующего законодательства, но и благодаря проведению политики адвокатиrowания конкуренции, внедрению в методики администрирования проектов и менеджмента организаций и учреждений органов власти комплекса комплаенс-процедур, а также созданию широкого спектра образовательных программ и мероприятий по формированию конкурентной культуры в обществе.

Около 50 лет назад Т. Шульц и Г. Беккер, разрабатывая теорию человеческого капитала, отметили неразрывность уровня образования и состояния экономики. С одной стороны, образование является основным фактором развития общества и экономики, а с другой, человеческий капитал — «главный фактор формирования и развития инновационной экономики и экономики знаний, как следующего высшего этапа развития» [Корчагин, 2016]. Соответственно, формирование в обществе проконкурентного мышления, как важнейшего драйвера экономического роста, во многом зависит от синтеза образовательных и профессиональных стандартов, призванных обеспечить формирование знаний и умений, отражающих ценности конкурентной культуры и обеспечивающих реализацию эффективной конкурентной политики. Первая и очень

существенная поддержка идеологии конкурентной культуры и общественного понимания важности конкуренции для нашего общества, отражена в основных положениях Указа Президента Российской Федерации от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях конкурентной политики по развитию конкуренции» и утвержденного этим Указом «Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы»¹.

Конкурентная культура как основа благосостояния общества

Рассмотрим этимологическое и содержательное наполнение этих двух системных положений. Автор считает, что **конкурентная политика** — это система институтов, правил и процедур, направленная на обеспечение условий для развития конкуренции на рынке, правоприменительная деятельность по противодействию ограничительной деловой практики, антиконкурентного государственного вмешательства в развитие рынка, а также пропаганда и распространение знаний, способствующих созданию равных условий для всех участников рынка и формированию общественного сознания в пользу развития рыночных сил [Князева, 2011].

Следуя данной логике, сформулируем институционально-лексическое содержание понятия «конкурентная культура». **Конкурентная культура** — это система правовых и моральных ценностей, традиций и принципов, экономических и правовых норм и правил, направленных на обеспечение общественного благосостояния в условиях развития конкурентных отношений.

Конкурентная культура служит лучшему пониманию всеми заинтересованными лицами значения конкуренции как фактора, со-

действующего повышению экономической эффективности и экономического развития государства и общества в целом. В числе важных механизмов и процедур, способствующих формированию культуры конкуренции, можно выделить следующие:

- осознание широкими кругами ответственности выгод конкуренции;
- формирование поконкурентного мышления и мотивов конкурентного поведения агентов рынка и регуляторов;
- институализация нормативно-правовой базы, акцентирующей внимание на защите конкуренции, а не конкурентов;
- аккумуляция специального набора средств, с помощью которых осуществляется регулирование конкурентных отношений в социуме;
- убеждение органов государственной власти и местного самоуправления в необходимости поддержки конкурентных отношений, а не создание административных барьеров через механизмы преференций и недопустимых ограничений прав и свобод представителей бизнеса;
- снижение контрольно-надзорного давления на бизнес, провоцирующего уход субъектов рынка в тень, закрытие бизнеса или его необоснованная концентрация, создание бюджетных предприятий на проконкурентных рынках;
- внедрение комплаенс-процедур в деятельность компаний и органов власти;
- соблюдение принципа прозрачности в деятельности компаний, а также планов, проектов и программ, осуществляемых конкурентным ведомством.

Формирование в обществе активного проконкурентного мышления и поведения во многом зависит от пропаганды и распространения знаний, направленных на формирование общественного сознания в пользу развития рыночных сил. 30 лет рыночных реформ в России сформировали в сознании широких слоев населения устойчивые ментальные ассоциации об отрицательном влиянии конкуренции на экономическое

¹ URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71739482/>.

благополучие, что связано в философии и восприятии людей, в первую очередь, с неэффективным решением социальных вопросов и нерационально существующим расслоением общества. Отсутствие конкурентной культуры у представителей бизнеса, пренебрежение нормами бизнес-морали и принципами добропорядочности, разумности и справедливости сформировало недостаточно толерантное отношение общества к этому институту экономических отношений.

Одним из важнейших направлений в этой области может стать активная проконкурентная позиция, реализуемая в рамках широкого спектра экономических, управленческих, социологических и правовых дисциплин в вузах, дополнительных образовательных программах, создания позитивного социально-ответственного поведения всех агентов рынка. В образовательных программах должна формироваться идеология позитивной конкуренции как основы благополучия общества и повышения его конкурентоспособности.

Компетенции, отражающие ценности конкурентной культуры, в контент-анализе образовательных стандартов

Автором проанализировано восемь актуальных федеральных государственных образовательных стандартов по четырем направлениям подготовки: юриспруденция, менеджмент, экономика и государственное — муниципальное управление по состоянию на 1 июля 2018 г. Перечислим стандарты, по которым проведен авторский аудит:

- приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 № 7 (ред. от 20.04.2016) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат)»; приказ Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322 «Об утверждении федераль-

ного государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратура)»;

- приказ Минобрнауки России от 12.11.2015 № 1327 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата)»; приказ Минобрнауки России от 30.03.2015 № 321 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (уровень магистратуры)»;

- приказ Минобрнауки России от 10.12.2014 № 1567 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата)»; приказ Минобрнауки России от 26.11.2014 № 1518 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (уровень магистратуры)»;

- приказ Минобрнауки России от 01.12.2016 № 1511 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция (уровень бакалавриата)»; приказ Министерства образования и науки РФ от 14 декабря 2010 г. № 1763 «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 030900 Юриспруденция (квалификация «магистр»).

Анализ 174 компетенций бакалавриата и 129 компетенций магистратуры показал (табл. 1), что в направлении «Менеджмент» (бакалавриат) имеется только одна компетенция, включающая слово «конкурент-

Таблица 1. Наличие конкурентных требований к содержанию компетенций в актуальных образовательных стандартах высшего образования

Table 1. The presence of competitive requirements to the content of competences in the actual educational standards of higher education

Компетенции/направления подготовки	Экономика		Менеджмент		ГМУ		Юриспруденция	
	всего	к.т.*	всего	к.т.*	всего	к.т.*	всего	к.т.*
Уровень бакалавриата								
Общекультурные	9	0	9	0	9	0	9	0
Общепрофессиональные	4	0	7	0	6	0	6	0
Профессиональные	32	0	20	1	22	0	39	0
Итого	45	0	36	1	37	0	56	0
Уровень магистратуры								
Общекультурные	6	0	3	0	16	0	9	0
Общепрофессиональные	—	0	3	0	0	0	6	0
Профессиональные	14	0	10	1	21	1	39	0
Итого	20	0	16	1	37	1	56	0

* к.т. — компетенции, содержащие требования к владению конкурентными знаниями.

ция», и как следствие, содержание требований к владению конкурентными знаниями. В остальных 173 компетенциях отсутствуют как слово «конкуренция», так и сопряженные с этим понятия.

В уровне магистратуры наблюдаем две компетенции — в направлениях «Менеджмент» и «Государственное и муниципальное управление», а в остальных случаях отсутствует какое-либо напоминание о требованиях конкурентного поведения в социуме и понимания, знаниях, владении информацией в конкурентном пространстве и обладании проконкурентным мышлением.

Далее представим искомые компетенции:

1. Выпускник, освоивший программу бакалавриата по направлению менеджмент, должен обладать профессиональными компетенциями, в том числе «способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и фор-

мирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9)»².

2. Выпускник, освоивший программу магистратуры по направлению менеджмент, должен «владеть методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде» (ПК-6)³.

3. Выпускник, освоивший программу магистратуры по направлению государственное и муниципальное управление, должен обладать профессиональными компетенциями в том числе «способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции (ПК-6)»⁴.

² Приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 № 7. С. 6.

³ Приказ Минобрнауки России от 30.03.2015 г. № 322). С. 3.

⁴ Приказ Минобрнауки России от 26.11.2014 г. № 1518. С. 4.

Совершенно не ясно, почему в стандартах направления «экономика» отсутствует какое-либо упоминание о конкурентной экономике, а в стандартах по юриспруденции требования к владению знаниями о конкурентном законодательстве.

Все представленные выше компетенции относятся к блоку профессиональных. Вместе с тем не наблюдаем ни одной общекультурной компетенции, которая хотя бы отдаленно напоминала о требовании овладения соответствующими правовыми и моральными ценностями, традициями и принципами, экономическими и правовыми нормами, направленными на развитие и функционирование экономических систем в условиях конкуренции.

Безусловно, выпускник, освоивший программы бакалавриата, вне зависимости от присваиваемой квалификации, должен обладать следующей общекультурной компетенцией (ОК): **способностью использовать основы конкурентной культуры и экономических знаний в различных сферах деятельности.**

Предлагаю включить в данной интерпретации искомую компетенцию во все образовательные стандарты, имплементируя ее в содержательное толкование компетенции ОК-3, Федеральной антимонопольной службе выступить активным проводником данной идеи в рамках политики адвокатирувания конкуренции как в Министерстве образования и науки, так и на публичных мероприятиях научно-образовательной общественности.

Особую роль в апробации новых образовательных курсов и реализации соответствующих компетенций могут сыграть базовые кафедры Федеральной антимонопольной службы и ее территориальных органов. По состоянию на 1 июля 2018 г. их было более 50. Вместе с тем такие дисциплины, как «Конкурентное право», «Предпринимательское право» и «Антимонопольная политика», получили свою «прописку» в почти 100 вузах России, и только в Новосибир-

ске — в 4 вузах. В этих образовательных учреждениях в учебные планы различных специальностей и направлений подготовки включен широкий перечень дисциплин из области антимонопольной политики и конкурентного права.

Активизировалась практика создания в вузах научных и консультационных центров, обеспечивающих научное, экспертное и консультационное сопровождение комплаенс-процедур для бизнеса и органов власти, а также решающих широкий спектр задач развития конкурентной культуры.

Так, например, успешную просветительскую и экспертную деятельность ведет Центр развития конкурентной политики и государственного заказа РАНХиГС⁵, в Сибирском институте управления — филиале РАНХиГС так же, как и в головном вузе, работает научная лаборатория «Центр исследования конкурентной политики и экономики», осуществляющая исследовательскую, экспертную и разъяснительную работу⁶.

Белые пятна конкуренции профстандартов

В общемировой практике антимонопольного регулирования меры по адвокатируванию конкуренции и содействию развитию устойчивой конкурентной культуры в сообществе потребителей и производителей рассматриваются как неотъемлемые составляющие успешной конкурентной политики.

Отсутствие заказа общества на формирование такого общественного института, как проконкурентная культура, наблюдается и в документах, пытающихся формализовать и описать профессиональную деятельность в виде профессиональных стандартов.

Знакомство с двумя проектами профстандартов в области «Руководство/управ-

⁵ URL: <http://goszakaz.ranepa.ru/>.

⁶ URL: <http://siu.ranepa.ru/?id=2052>.

Таблица 2. Профессиональный стандарт: руководство и управление организацией (проект 2008 г.)
Table 2. Professional standard: management and management of the organization (proposition 2008)

Уровень квалификации	Содержание деятельности трудовых функций	Трудовые действия
7 уровень. Генеральный директор, управляющий компанией	Анализ внешнего окружения и внутренней среды организации	Выявление конкурентов и оценка конкурентных преимуществ. Выявление возможностей и угроз для организации конкурентов
	Обеспечение жизнеспособности компании. Влияние на внешнее окружение и внутреннюю среду	Разработка программ формирования конкурентных производств. Анализ сильных и слабых сторон организаций и конкурентов. Оценка внешних по отношению к организации элементов, оказывающих на нее воздействие
	Получение одобрения стратегии организации с внешних сторон	Выявление внешних заинтересованных сторон, анализ степени влияния

ление организацией/коммерческой организацией»⁷ показало, что только в высшем уровне квалификации предусмотрены трудовые функции и трудовые действия, предполагающие обеспечение жизнеспособности компании во внешней конкурентной среде (табл. 2, 3).

При этом в проектах стандартов одного отраслевого направления с 2008 до 2014 гг. произошла существенная трансформация — из описания функций и действий, связанных с поведением в конкурентной среде, исчезло само слово «конкуренция» в какой-либо интерпретации. Более того, появилось трудовое действие «Согласование стратегии организации с различными заинтересованными сторонами (д/ОЗ.7)». Как понимать эту функцию в системе конкурентного поведения, не очень понятно, но возможное введение в заблуждение относительно широкой допустимости такого поведения среди менеджмента различ-

ного уровня может иметь очень негативные последствия. Соглашения и согласованные действия могут привести к антиконкурентным эффектам (картелям), отрицательно влиять на рынок и потребителей, нарушать действующее законодательство.

Обескураживает и тот факт, что понимание важности функционирования субъекта бизнеса во внешней среде никоим образом не ретранслируется на более низкие уровни квалификации (руководители отделов, управлений и т. п.). Как данные специалисты будут участвовать в разработке стратегии поведения компании в рыночной среде без знания конкурентных законов и процедур поведения, остается не вполне ясным.

Анализ двух видов документов, имеющих разное значение в формировании и функционировании рынка труда, обладает одним изъяном — они не ориентированы на формирование и впоследствии организацию трудовой деятельности специалистов в конкурентной экономике. Слово «конкуренция», особенности добросовестного и недобросовестного поведения, выработка и осознание соответствующих мотивов проконкурентного поведения агентов рынка полностью выпадают из компетентностного поля, нормативно формирующегося образовательными

⁷ Профессиональный стандарт: руководство и управление организацией (проект — 2008). URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKewizlaOo24bfAhUGXiwKHUMECrQFjAAegQlChAC&url=http%3A%2F%2Fmedia.rsp.ru%2Fdocument%2F1%2F4%2F3%2F4338a91b98638f2367f6352d3d19f770.pdf&usg=AOvVaw0hVaGR2MPoBB8AYfJ_AxCw.

Таблица 3. Профессиональный стандарт: руководство коммерческой организацией (проект 13.03.2014)

Table 3. Professional standard: management of a commercial organization (proposition 13.03.2014)

Уровень квалификации	Содержание деятельности трудовых функций	Трудовые действия
7, 8 уровень. Управление организацией и ее развитием. Генеральный директор, управляющий компанией	Формирование миссии, культуры организации	Обеспечение информацией, ведение коммуникаций
	Отстаивание интересов организации во внешней среде	Мониторинг деятельности организации во внешней среде
	Разработка стратегии организации	Согласование стратегии организации с различными заинтересованными сторонами (д/03.7).
	Внедрение системы управления рисками	Минимизация рисков изменения позиции организации на рынке (д/11.7)

Примечание. Проект приказа Минтруда России «Об утверждении профессионального стандарта руководителя коммерческой (некоммерческой) организации» (по состоянию на 13.03.2014). URL: <https://docplayer.ru/50090855-Professionalnyy-standart-rukovoditel-kommercheskoy-nekommercheskoy-organizacii.html>.

организациями и внутренними стандартами ведения бизнеса субъектами предпринимательства. Анализ данных документов позволяет предположить, что стандарты структурно-формализованного описания трудовых действий, функций и экономического поведения в условиях как внутренней, так и внешней среды, не отражают функционирование субъектов в рыночной среде.

Контент-анализ профессионального стандарта «Специалист в сфере закупок» показал, что представленные в нем трудовые действия предполагают обладание знаниями и компетенциями в сфере оценки конкурентной среды, анализа рынка, мониторинга деятельности организации во внешней среде (табл. 4). Вместе с тем данный стандарт нуждается не только в расширительном толковании трудовых действий, предполагающих знание основ антимонопольного законодательства, но и в оценке влияния антиконкурентных действий на состояние конкурентной среды, понимание дополнительных издержек для общества и потребителей, которые могут сформироваться в связи с нарушением законодательства (в частности картели при процедуре торгов).

Можно вполне аргументированно выделить системную проблему, связанную с тем,

что до настоящего времени в бизнес-сообществе и профессиональной образовательной среде не сформировалось понимание того, что для пропаганды конкуренции необходимо не только совершенствование законодательства, но и системное учебно-методическое обеспечение профессиональных программ как основного, так и дополнительного образования, основными образовательными техниками и содержательными положениями, раскрывающими суть проконкурентной политики, формирующими конкурентную культуру в российском общественном сознании.

Антимонопольный комплаенс как инструмент адвокатиования конкуренции и формирования проконкурентной культуры

В начале 2000-х годов в антимонопольном ведомстве и сфере профессионалов, осуществляющих правоприменительную практику в области антимонопольного законодательства, и экономистов, исследующих вопросы конкурентного порядка в условиях глобальных экономических перемен, появилось новое и принципиально важное понятие «адвокатиование конкуренции».

Таблица 4. Профессиональный стандарт: специалист в сфере закупок (приказ Минтруда от 10.09.2015 № 625н)

Table 4. Professional standard: procurement specialist (order of the Ministry of labor of 10.09.2015 № 625n)

Уровень квалификации	Обобщенная трудовая функция	Трудовые действия
5, 6 уровень. Старший специалист по закупкам. Работник контрактной службы. Контрактный управляющий консультант	Обеспечение закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги. Формирование начальной (максимальной) цены закупки
	Осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Мониторинг деятельности организации во внешней среде
	Составление планов и обоснование закупок	Организация на стадии планирования закупок, консультаций с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках
8 уровень. Руководители ФОИВ, МСУ, предприятий и организаций	<i>Мониторинг в сфере закупок</i>	• Оценка обоснованности закупок. • Формирование предложений по совершенствованию законодательства России в сфере закупок. • Использование единой информационной системы и содержащейся в ней информации. • Оформление сводного аналитического отчета. • Оценка эффективности обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд
	Знания	Основы антимонопольного законодательства. Экономические основы и особенности ценообразования на рынке по направлениям
5, 6 уровень. Старший специалист по закупкам. Работник контрактной службы. Контрактный управляющий консультант	Обеспечение закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	• Предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги. • Формирование начальной (максимальной) цены закупки
	Обеспечение закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Мониторинг деятельности организации во внешней среде
	Составление планов и обоснование закупок	Организация на стадии планирования закупок консультаций с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках

Примечание. Профессиональный стандарт: специалист в сфере закупок (приказ Минтруда от 10.09.2015 № 625н). URL: <https://rosazp.ru/upload/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%8B%20%D0%A1%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%20%D0%B8%20%D0%AD%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%82.pdf>.

Содержательное наполнение и терминологическая дефиниция «адвокатирование» впервые предложено в докладе председателя Федеральной торговой комиссии США Т. Мурриса на Первой конференции Международной конкурентной сети, состоявшейся в 2002 г.: «Адвокатирование конкуренции является одним из видов деятельности антимонопольных органов, направленных на укрепление конкурентной среды при осуществлении экономической деятельности посредством использования механизмов, не предусматривающих применения принудительных мер, как правило, через взаимоотношения с другими государственными учреждениями и повышение степени понимания широкими кругами общественности выгод конкуренции» [Муррис Терри, 2002, с. 3].

За прошедшие годы это понятие стало обретать более глубокое и насыщенное содержание и в настоящее время ассоциируется с комплексом мер, направленных на формирование конкурентной культуры в обществе и понимание выгод конкуренции.

По авторскому мнению, адвокатирование конкуренции — это мягкая сила административно-правового влияния и публично-просветительская деятельность антимонопольных органов и иных общественных институтов, направленная на установление в пространстве экономических взаимодействий взаимопонимания между властью, общественностью и бизнесом и включающая комплекс нормативных процедур, коммуникативных, пропагандистских и разъяснительных мероприятий по защите конкуренции [Конкурентная культура..., 2016, с. 118].

Основными стратегическими целями адвокатирования конкуренции являются действия по формированию конкурентной культуры в обществе, как среди агентов рынка, так и среди регуляторов и граждан, а также поддержка эффективного правоприменения благодаря информированию субъектов рынка о содержании конкурентных норм, формированию превентивных знаний о наиболее

объективном использовании конкурентного законодательства для защиты своих прав.

В общемировой практике антимонопольного регулирования меры по адвокатированию конкуренции и содействию развитию устойчивой конкурентной культуры в обществе потребителей и производителей рассматриваются как неотъемлемые составляющие успешной конкурентной политики.

Эффективное адвокатирование конкуренции и успехи в укреплении конкурентной культуры способствуют формированию конкурентных рынков, сдерживают антиконкурентное поведение, снижают издержки по обеспечению исполнения норм конкурентного регулирования, так как являются менее ресурсоемким инструментом по сравнению с правоприменением, что актуально для современных экономик и обеспечивает общественную и политическую поддержку проконкурентным инициативам.

Установление административных барьеров, преференций и наиболее выгодных условий функционирования в отношении отдельных субъектов рынка — это последствия низкой конкурентной культуры представителей власти и бизнеса, условия для развития коррупции и недоверия к инициативам правительства со стороны делового сообщества.

В Российской Федерации и других постсоветских странах формирование конкурентной культуры и адвокатирование конкуренции приобретает особую значимость, поскольку ранее практически отсутствовала традиция ведения хозяйственной деятельности и регулирования экономических отношений в формате конкурентных рынков. Важным преимуществом адвокатирования конкуренции является расширение средств и методов создания конкурентной среды и «распределение нагрузки» по ее защите с учетом объективно ограниченных возможностей механизмов принуждения и активного развития «правил игры» (нормативно-законодательной базы) [Князева, Лукашенко, 2010, с. 119].

Вместе с тем адвокати́рование конкуренции невозможно без реализации программ антимонопольного комплаенса, включающих комплекс организационно-управленческих мероприятий и процедур, которые могут предостеречь от рисков несоответствия требованиям антимонопольного законодательства (значительных штрафных санкций и высоких репутационных потерь).

В зарубежных компаниях уже около 15 лет активно реализуются программы антимонопольного комплаенса как важнейшего направления деятельности, позволяющего компании обеспечивать наиболее рациональное функционирование в бизнес-среде, не включающее рисков мероприятия и процедуры, создающие условия нарушения конкурентного законодательства.

Конкурентные ведомства за рубежом активно стимулируют и поддерживают практику внедрения в деятельность компаний процедур комплаенса как одного из важнейших инструментов ведения бизнеса. Лояльность к внедрению антимонопольного комплаенса выстраивается на основе разработки механизма смягчающих обстоятельств при реализации норм антимонопольного воздействия (Великобритания, Франция). В OECD в стадии подготовки и широкой реализации находится руководство для компаний по внедрению стандартов антимонопольного комплаенса.

В некоторых российских компаниях (ОАО «Газпром нефть», ООО «МТС», ООО «Билайн», ООО «Пивоваренная компания Балтика», ОАО «Промсвязьбанк», ОАО «СИБУР», ОАО «УГМК-холдинг» и др.) уже несколько лет успешно функционируют структурные подразделения, осуществляющие деятельность, направленную на предотвращение рисков несоответствия требованиям антимонопольного законодательства и несоблюдения их.

Однако отечественная практика серьезно отстает от аналогичной практики за рубежом. Необходимо широкое информирование бизнес-сообщества о необходимости

внедрения антимонопольного комплаенса через механизмы адвокати́рования конкуренции, проведение комплекса системных мероприятий (конференции, круглые столы, публикации), разъясняющих необходимость его внедрения. Желательна разработка стандарта/кодекса добросовестной конкурентной практики (типового и адаптированного к конкретному бизнесу). И безусловно, особую позитивную роль может сыграть институализация процедур комплаенса в антимонопольном законодательстве. Закрепление положений, направленных на смягчение ответственности и либерализацию норм законодательства для субъектов, внедривших и лицензирующих процедуры комплаенса, может серьезно мотивировать компании на обязательную регламентацию комплаенс-контроля в их бизнесе.

Словосочетания «адвокати́рование конкуренции» и «антимонопольный комплаенс» являются непривычным ни для вербального, ни для содержательного восприятия не только в бизнес-кругах, но и среди представителей научной общественности, органов власти, различных публичных институтов и ассоциируются в первую очередь с адвокатско-правовой деятельностью юридических агентов или разработкой регламентов, направленных на преодоление и предупреждение рисков при управлении компанией.

В числе основных направлений реализации антимонопольного комплаенса выступают следующие процедуры адвокати́рования конкуренции — коммуникации с антимонопольным органом, GR, консультирование топ-менеджмента, образовательные тренинги и участие в публичных мероприятиях.

Внутреннее пространство комплаенс-регулирования формируют:

- внутреннее согласование документов на предмет наличия рисков;
- координация и участие в разработке мер по снижению уровня регуляторного риска;
- разработка и доведение до менеджмента компаний рекомендаций по управлению им;

- разработка регламентирующих документов;
- аналитические и экспертные заключения;
- утверждение кандидатуры комплаенс-офицера.

Несомненный интерес может вызвать широкое информирование бизнеса о наиболее успешных практиках системы антимонопольного комплаенса на нескольких наиболее крупных компаниях (формирование практики бенчмаркинга).

В настоящее время автор включил в образовательную программу «Менеджмент» дисциплину «Антимонопольный комплаенс», позволяющую сформировать общее представление о конкурентных механизмах рынка и профессиональные компетенции: владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3) и способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Перспективными направлениями могут быть специальные темы: разработка программ комплаенс-процедур (подготовка офицеров и тренинг персонала), методики региональных стандартов развития конкуренции (обучение государственных и муниципальных служащих в сфере конкуренции в рамках госзаказа), мастер-классы для журналистского корпуса.

Основные положения профессионального стандарта «Специалист по конкурентному праву»

Для установления единообразных требований к профессиональной квалификации специалистов в сфере конкурентного права ФАС России разработала профессиональный стандарт «Специалист по конку-

рентному праву», который проходил стадию широкого публичного и профессионального обсуждения около 2 лет и утвержден 9 октября 2018 г. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 625н⁸.

В Указе Президента Российской Федерации от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях конкурентной политики по развитию конкуренции» и в утвержденном этим Указом «Национальном плане развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы» было рекомендовано Национальному совету при Президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям рассмотреть возможность создания совета профессиональных квалификаций в сфере конкурентного права и разработки соответствующего профессионального стандарта, так как в стране отсутствовали единые требования к специалистам, работающим в сфере конкурентного регулирования и права. Следовательно, не было ни сформулированных требований к квалификации, ни единых стандартов к этой сфере профессиональной деятельности.

Важно отметить, что отсутствие требований к формированию компетенций в образовательных стандартах — это закономерный результат отсутствия институализированных профессиональных компетенций в области защиты конкуренции. «Разработка профессиональных стандартов призвана «настроить» систему образования под требования рынка труда», — отметил заместитель руководителя ФАС России Сергей Пузыревский⁹.

Важно отметить, что основная цель вида профессиональной деятельности изложена в стандарте как «предупреждение нарушений требований антимонопольного зако-

⁸ URL: <http://fgosvo.ru/news/21/3889>.

⁹ Утвержден профессиональный стандарт «Специалист по конкурентному праву». URL: <https://fas.gov.ru/news/26279>.

нодательства, снижение риска нарушения, прекращение и устранение нарушений требований антимонопольного законодательства, развитие конкуренции»¹⁰.

На авторский взгляд, слова «развитие конкуренции» целесообразно было дополнить словами «и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков», как упомянуто в п. 1 ст. 1 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»¹¹. Данная рекомендация неоднократно высказывалась в ходе публичных обсуждений, но, к сожалению, не нашла своей реализации в окончательном документе.

Серьезную трансформацию претерпел перечень «группа занятий», который в начальной форме обсуждения содержал только перечень квалификаций — юристы (2611) и руководители органов власти (1112) и предприятий (1120). В настоящем документе искомый перечень расширен до 11 групп занятий и включил:

- «1213 Руководители в области определения политики и планирования деятельности.
- 1219 Управляющие финансово-экономической и административной деятельностью, не входящие в другие группы.
- 1221 Руководители служб по сбыту, маркетингу.
- 2414 Оценщики и эксперты.
- 2421 Аналитики систем управления и организации.
- 2422 Специалисты в области политики администрирования.
- 2631 Экономисты»¹².

Аудит документа показывает, что расширился перечень видов экономической деятельности, в отношении которых может

применяться искомый стандарт. Позитивным фактом является то, что к ним в утвержденном документе отнесены:

- «69.10 Деятельность в области права.
- 70.22 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления.
- 73.20 Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения.
- 84.11 Деятельность органов государственного управления и местного самоуправления по вопросам общего характера.
- 84.13 Регулирование и содействие эффективному ведению экономической деятельности предприятий»¹³.

Однако рекламная деятельность, к сожалению, не нашла своего места в искомом перечне. Акцент на рекламной деятельности необходим, так как именно в этой области чаще всего осуществляется нарушение конкуренции в виде недобросовестных конкурентных действий, а публичная сила рекламы имеет очень существенное влияние на общественное мнение.

При широком охвате в документе групп занятий, видов экономической деятельности, описанных трудовых функций раздел 3.1. «Возможные наименования должностей, профессий», по мнению автора, сильно ограничен в представительстве должностей. В него включены только специалисты, имеющие квалификацию юриста.

Вместе с тем повышение квалификационного уровня позволяет расширить спектр специалистов более высокой категории, обладающих знаниями не только в области конкурентного права, но и аналитической деятельности в антимонопольной практике, а также добавить специалиста в области антимонопольного комплаенса (комплаенс-комиссар/контролер).

¹⁰ Там же.

¹¹ Там же.

¹² Там же.

¹³ Там же.

Постатейный анализ документа позволяет выявить отдельные элементы в описании трудовых действий, необходимых умений и знаний, которые нуждаются в определенном тюнинге. Однако искомые предложения могут быть направлены только на пожелания улучшения или расширительного толкования некоторых позиций. Чрезвычайно важно отметить, что сделан существенный и важный шаг в стандартизации единых требований к специалистам, работающим в сфере антимонопольного регулирования. Профессиональный стандарт «Специалист по конкурентному праву» позволит создать единый учебно-методический комплекс и систему оценки квалификации и обеспечит повышение профессионализма действующих специалистов в области политики антимонопольного регулирования.

Развитие компетенции профессиональных экспертов в области конкурентного права обеспечит повышение эффективной поддержки конкуренции, а также свободы экономической деятельности в целом.

Внедрение профессионального стандарта «Специалист по конкурентному праву» будет способствовать модернизации системы образования и повышения квалификации, активизирует внесение изменений в образовательные стандарты, обеспечивающие реализацию компетенций в области конкурентной культуры.

Заключение

Контент-анализ образовательных стандартов и основных положений профессиональных стандартов, отражающих управленческий и экономический виды деятельности, позволил выявить единое узкое место — отсутствие духа «конкурентного пространства» внешней среды для осознания необходимости добросовестного конкурентного поведения, как обучающихся, так и специалистов, на соответствующих товарных рынках.

Проблемное поле наиболее отчетливо проявилось в оценке содержания трудовых функций руководителей коммерческих организаций, выразившееся в отсутствии проектирования их реализации под влиянием факторов внешней среды на весь комплекс принимаемых решений. Подавляющее большинство трудовых функций описаны в условиях статической внутренней среды, без динамических изменений рынка, а соответственно конкурентных процессов. Аморфная сопряженность с рынком в изложенных компетенциях образовательных стандартов в будущем проецируется на слабое описание включенности трудовых функций специалистов в конкурентную среду.

Выделена системная проблема, связанная с тем, что в бизнес-сообществе и профессиональной образовательной среде не сформировалось запроса на многовариантную оценку решений и знаний при функционировании в конкурентном пространстве.

В настоящее время принципиально важно понимание того, что для продвижения идеологии конкуренции необходимо не только совершенствование законодательства, но и системное учебно-методическое обеспечение проконкурентной политики, формирующей конкурентную культуру в российском общественном сознании.

Надеемся, что системно реализуемые поручения Президента Российской Федерации в соответствии с «Национальным планом развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы» станут сильным мотиватором к созданию широкого образовательного фронта, формирующего основы конкурентной культуры и понимания общественного блага конкуренции, тех преимуществ, которые она несет широкому кругу граждан, участников рынка для экономического процветания государства.

Список литературы

1. Князева И. В. Антимонопольная политика в России: учебное пособие. 5-е изд. исп. и доп. М.: Омега-Л, 2011. — 512 с.

2. Князева И. В., Лукашенко О. А. Трансформация анти-монопольной политики в политику защиты конкуренции на современном этапе. Новосибирск: Изд-во НГТУ — СибАГС, 2010. — 304 с.
3. Князева И. В. Конкурентная культура — результат образовательной силы и политики адвокати́рования // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. 2016. № 1 (16). С. 118–119.
4. Корчагин Ю. Человеческий капитал — основной фактор развития инновационной экономики. URL: <http://viperson.ru/articles/yuriy-korchagin-chelovecheskiy-kapital-osnovnoy-faktor-razvitiya-innovatsionnoy-ekonomiki> (Режим доступа 10.02.2016).
5. Терри Муррис. Выступление на пленарной сессии. Материалы Первой международной конкурентной сети. Неаполь, сентябрь, 2002. С. 1–15.
2. Knyazeva I. V., Lukashenko O. A. *Transformatsiya antimonopol'noi politiki v politiku zashchity konkurent-sii na sovremennom etape* [Transformation of Antimonopoly policy into competition protection policy at the present stage]. Novosibirsk, Izd-vo NGTU — SibAGS, 2010, 304 p.
3. Knyazeva I. V. *Konkurentnaya kul'tura — rezul'tat obrazovatel'noi sily i politiki advokatirovaniya* [Competitive culture-the result of educational power and advocacy policy]. *Vestnik Sibirskogo universiteta potrebitel'skoi kooperatsii* — Bulletin of the Siberian University of consumer cooperation. 2016, no. 1 (16), pp. 118–119.
4. Korchagin Yu. *Chelovecheskii kapital — osnovnoi faktor razvitiya innovatsionnoi ekonomiki* [Human capital is the main factor in the development of innovative economy]. URL: <http://viperson.ru/articles/yuriy-korchagin-chelovecheskiy-kapital-osnovnoy-faktor-razvitiya-innovatsionnoy-ekonomiki> (accessed 10.02.2018).
5. Terri Murris. *Materialy Pervoi mezhdunarodnoi konkurentnoi seti* [Speech at the plenary session. Proceedings of the First international competition network]. Neapol', September, 2002 pp. 1–15.

References

I. Knyazeva, RANEPA Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Siberian Institute of Management), Novosibirsk, Russia, irknyazeva@yandex.ru

Competitive culture in the focus of substantive provisions of educational and professional standards

The creation of a wide range of educational programs and activities for the formation of a competitive culture in the company allows to provide, along with control and Supervisory measures implemented within the framework of competition law, an effective competitive environment.

The article deals with the theoretical provisions characterizing the role of competitive culture in the formation of the welfare of society, the author's content analysis of 8 educational standards and 300 educational competencies. Only three competencies were identified, including the word «competition» in their content, and, accordingly, reflecting and implementing the values of competitive culture.

A similar analysis is presented in the audit of the provisions of professional standards, reflecting the management and economic activity. The analysis of documents allowed to reveal the problem field in the content of labor functions of heads of commercial organizations, expressed in the absence of the request of professional market leaders to possess knowledge about the competitive culture and competitive policy for the implementation of their functions. A brief description of the main provisions of the professional standard «specialist in competition law», approved on 9 October 2018, is offered.

A special section is devoted to the consideration of activities to prevent Antimonopoly risks in the implementation of antitrust compliance programs as a tool of competition advocacy and the formation of a Pro-competitive culture in the society.

Keywords: competition policy, advocacy, competitive culture, the Antimonopoly authority, business, professional standard, educational standard, society, education, competence.

About author: I. Knyazeva, Dr. of Economics, Professor

For citation: Knyazeva I. Competitive culture in the focus of substantive provisions of educational and professional standards. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 39–52 (in Russian, abstr. in English).

Курнышева И. Р., докт. экон. наук, зав. сектором конкурентной политики ИЭ РАН, kurnisheva@yandex.ru

Национальный план развития конкуренции и цифровая экономика¹

В послании Федеральному собранию президент Российской Федерации указал на необходимость формирования в стране цифровой экономики. Программа «Цифровая экономика», утвержденная Правительством страны, включает объемный комплекс мер по созданию условий для развития цифровой экономики и содержит пять направлений: нормативное регулирование; кадры и образование; формирование исследовательских компетенций и технологических заделов; информационная инфраструктура; информационная безопасность. Основная цель программы — создание экосистемы цифровой экономики страны, в которой обеспечено эффективное взаимодействие между бизнесом, научно-образовательным сообществом, государством и гражданами. «Аналитика и данные» являются одним из важнейших срезов внутри каждого из этих направлений. Невозможно анализировать и проектировать будущее при недостаточном понимании ситуации здесь и сейчас. В связи с этим актуальными представляются исследования, в которых предпринимаются попытки подготовительных работ, которые необходимо произвести для преобразования информации в цифровую форму, прежде чем новый инструмент фундаментальных изменений будет использован в экономической практике.

Ключевые слова: государственная политика, конкуренция, антимонопольная деятельность, естественные монополии, информация, цифровая экономика.

Введение

Президентом В. Путиным и Правительством Российской Федерации² развитие конкуренции намечено как приоритетное направление деятельности президента, Федерального собрания, Правительства, Центрального банка, федеральных органов исполнительной власти, законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, а также органов местного самоуправления.

Возрастание сил рыночных механизмов, в частности конкуренции, было длительное время затруднено незначительным вниманием государства к возможностям их использования. Они резко увеличиваются при системном подходе к их поддержке. Многократно усиливает действия механизма конкуренции всесторонность, последовательность и системность государственных мер, направленных на развитие конкуренции. Во взаимосвязи и взаимодействии целесообразно использовать законодательные, политические, экономические, административные, финансовые, институциональные и другие механизмы. В условиях же цифровой экономики доминирующее значение начинает иметь качество информационных ресурсов. Появляется реальная потребность в адекватном информационном и статистическом обеспечении конкурентных и антимонопольных аналитических и нормативно-законодательных материалов и документов в стране.

¹ Статья подготовлена по материалам исследования темы государственного задания «Структурная модернизация российской экономики в контексте формирования новой модели развития».

² Указ Президента Российской Федерации от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» (вместе с «Национальным планом развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы»).

Актуализация статистических и информационных расчетов показателей о состоянии конкуренции в стране произошла не так давно — с развитием в 90-е гг. прошлого века товарных рынков, предпринимательства. Этому способствовало также начало проведения с 2004 г. обследований делового климата с целью оперативного получения информации о состоянии и динамике опережающих индикаторов быстрого реагирования на изменение конъюнктуры и делового климата в различных секторах экономики³. Результаты обследования публикуются один раз в два года в статистическом сборнике «Россия и страны мира».

Реализация национального плана развития конкуренции

Еще в начале 90-х гг. прошлого века в сфере регулирования конкуренции произошла подмена понятий: «конкурентная политика», «конкурентное законодательство» были замещены на «антимонопольная политика», «антимонопольное законодательство» [Якунин, Сулакшин, Фонарева, 2008]. Поэтому все усилия по развитию конкуренции были направлены не на ее развитие, а на совершенствование антимонопольной деятельности и антимонопольного законодательства. Подтверждение этому можно выразить чисто количественными характеристиками. В настоящее время после многочисленных структурно-целевых итераций ведущим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы, является Федеральная антимонопольная служба (ФАС России). ФАС

России — крупнейшая по числу сотрудников организация. Непосредственно развитием конкуренции и конкурентной среды занимается совершенно другой орган исполнительной власти с гораздо меньшей численностью сотрудников — Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Минэкономразвития Российской Федерации. Таким образом, реализация планов по развитию конкуренции поделена между двумя разными не гармонизированными по силам и векторам приложения сил ведомствами государственного управления.

Правительство России признает необходимость и актуальность развития конкуренции.

В целях усиления внимания к конкуренции ФАС России был разработан упомянутый выше Национальный план развития конкуренции на 2018–2020 годы. Он подготовлен по аналогии с Национальным планом по борьбе с коррупцией. В современных условиях конкуренция — вариант прикрытия более серьезных процессов и зачастую недекларируемых целей, направленных на укрепление личной власти. Конкуренция как институт ограничивает концентрацию экономической власти, что требует структурно-функциональной корректировки деятельности институтов государственного управления. Развитая конкуренция предполагает определенное сужение функций работников органов государственного управления и, соответственно, потерю материальных и властных выгод. Поэтому госбюрократия будет защищать свои интересы, бороться за задачу — минимум — оставить все статус-кво и задачу максимум — расширить сферы своих функций и полномочий.

В соответствии с указанным Планом справедливая и честная конкуренция становится системообразующим сквозным принципом экономических отношений как базовое условие экономического и технологического развития страны.

³ URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/leading_indicators/.

Изменение отношения к проблемам и потенциалу конкуренции и сложившейся конкурентной среды на всех иерархических уровнях экономики связано с решением многих проблем.

Государственная политика в сфере конкурентных отношений и антимонопольной деятельности — часть системы государственного управления. Это означает, что сфера антимонопольной деятельности и конкурентных отношений находится под влиянием системных проблем на макроэкономическом уровне.

В связи с этим конкурентная политика сегодня не может быть объектом деятельности только одного министерства или ведомства, не может реализовываться в рамках только одной программы — она является интегралом скоординированных и системных действий целого ряда государственных ведомств и неправительственных организаций, отражается в различных концепциях, программах, стратегиях, информационных и статистических материалах.

Правительство Российской Федерации разработало единую отраслевую программу развития конкуренции в нашей стране — это министерские программы, которые будут утверждаться Правительством России. Констатируем, что происходит своеобразная диффузия и диверсификация функций, перераспределение центров ответственности за исполнение задач по развитию конкуренции и как следствие усложнение объекта управления.

Таким образом, имеется по крайней мере два убедительных обстоятельства (цифровизация экономики и изменение отношения к проблемам и потенциалу конкуренции и сложившейся конкурентной среды), способствующих усилению внимания государства и бизнеса к информационной инфраструктуре государственной политики по развитию конкуренции. Информационному фактору в развитии конкуренции экономики следует отдать предпочтение еще также и потому, что он не требует больших

финансовых, материальных, энергетических и других видов затрат, он относится к числу малозатратных факторов развития конкуренции.

Качество информации государственной политики по развитию конкуренции и цифровизация экономики

Вхождение экономики в цифровое «измерение» требует масштабных подготовительных работ, которые необходимо произвести, прежде чем новый инструмент фундаментальных изменений в общественной жизни начнет приносить ожидаемые позитивные результаты. Подготовка информационных и статистических данных, аналитическая обработка результатов статистических наблюдений, их разработка, формализация и систематизация — важнейший этап этих подготовительных работ. С учетом исключительно важного значения качественной официальной статистической информации для целей анализа и принятия обоснованных решений директивного характера в поддержку усилий по развитию конкуренции целесообразно выстроить единую общую иерархию показателей конкуренции экономики вплоть до показателей отдельных субъектов хозяйствования на основополагающих принципах официальной статистики⁴.

Информация выступает и инструментом оперативной конкуренции, и стратегическим ресурсом развития экономических отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий в долгосрочной перспективе. Такие технологии способны накапливать и создавать новые данные; отражать биз-

⁴ Основополагающие принципы официальной статистики разработаны и изложены на Шестидесят восьмой сессии Генеральной ассамблеи Организации Объединенных Наций.

Доклад Экономического и социального совета 23 января 2014 г. URL: <http://www.gks.ru/>.

нес-идеи и бизнес-модели, организационно-экономические и социально-управленческие инновации; функционировать в пространстве и во времени, переводить многие транзакции в цифровое измерение [Суринов, 2018].

В практике макроэкономических разработок развития конкуренции, к сожалению, пока отсутствует понимание необходимости единого методологического подхода к информационной системе, представление о том, что объект макроэкономической политики не упростился, а усложнился и взаимосвязи также усложнились и характеризуются возросшими противоречиями.

Это приводит к тому, что комплексность и системность разрабатываемых программ развития конкуренции на макроуровне по-старому часто подменяется механическим расширением перечня вопросов, раскрываемых в таких программах. При этом каждый вопрос решается изолированно от других, зачастую в противоречии с другими, а реализация программы либо ведет к накоплению противоречий в системе их регулирования, либо оказывается невозможной из-за этих противоречий. Опыт экономического развития показал, что сколь угодно малые ошибки в начальных данных с течением времени трансформируются в большие, что за неполной и неточной вводной информацией часто следуют долгосрочные негативные последствия. В отечественной статистической практике, начиная еще с советских времен, «производством» собственной экономической информации занимаются все министерства и ведомства, что приводит к отсутствию методологической и количественной тождественности расчетов основных показателей, да и не только их. В каждом отдельном ведомстве разработаны методологические и методические положения по расчетам показателей, адаптированных к собственным нуждам. В результате одноименные показатели зачастую имеют разное количественное выражение.

Аналитическая оценка состояния и тенденций конкуренции и конкурентных отношений в стране на макроуровне

Существует много суждений по этому вопросу. По мнению Г. Грефа, «...Россия — огромное поле для возможностей, так как у нас нет конкуренции. У нас половина страны — монополия»⁵. Вполне возможно, что такая пропорция действительно существует, но ее никто не считал. И никто не знает баланса, той оптимальной пропорции между конкурентными и монопольными началами, которая будет эффективным рычагом для российской экономики и к которой надо стремиться.

Для того чтобы ответить на вопрос о реальной роли естественных монополий как значительной части монопольного сектора в экономике Российской Федерации, автором была проанализирована динамика макроэкономических показателей деятельности естественных монополий (табл. 1), по данным Росстата за период с 2006–2015 гг. [Абросимова, 2012; Курнышева, 2013а.]

Из перечня естественных монополий (транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам, транспортировка газа по трубопроводам, услуги по передаче электрической (тепловой) энергии, железнодорожные перевозки, услуги портов (речной и морской транспорт), услуги аэропортов и услуги транспортных терминалов, услуги общедоступной почтовой связи, услуги общедоступной электрической связи, услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике) видно, что технологические естественные монополии, функционирующие на эффекте масштаба, представляют в настоящее время в России преобладающую подгруппу естественных монополий, характерных для индустриального развития экономик. Вместе с тем начинают

⁵ URL: <https://incrussia.ru/news/german-gref-rabotajte-18-chasov-v-sutki/>.

Таблица 1. Место естественных монополий в экономике России

Table 1. The place of natural monopolies in economy of the Russian Federation

Показатели	2006	2012	2013	2014	2015
Доля оборота организаций естественных монополий в обороте всех организаций, %	21,0	11,0	16,7	14,0	14,2
Доля среднесписочной численности работников по сферам деятельности естественных монополий в среднегодовой численности занятых по видам экономической деятельности, %	8,4	6,8	7,4	7,3	7,1
Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) и активов организаций по видам экономической деятельности, %	13,2	8,6	7,0	7,3	8,1
Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) по сферам деятельности естественных монополий, %	28,5	—	—	—	—
Доля инвестиций в основной капитал по сферам деятельности естественных монополий в инвестициях в основной капитал, %	17,4	17,7	19,3	19,1	19,5
Соотношение сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) предприятий по сферам деятельности естественных монополий и сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) деятельности организаций, %	30,4	29,0	34,6	46,6	35,8

Источник: Российский статистический ежегодник. Стат. сб. М.: Росстат, 2011; Российский статистический ежегодник. 2015: Стат.сб./Росстат. М., 2015. С. 111, 322, 559, 566, 581; Российский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб./ Росстат. М., 2015. С. 109, 310, 557, 564, 579; Основные показатели деятельности естественных монополий. Стат. сб. М. Росстат, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016.

появляться виды экономической деятельности, более относящиеся к постиндустриальной стадии развития [Курнышева, 2013б].

Доля оборота организаций⁶, сфера деятельности которых — естественные монополии, в общем обороте организаций в 2006 г. составляла 21%. В 2015 году эта доля сократилась на 32,4%, т. е. почти на треть и соста-

вила 14,2%. Очевидна долговременная тенденция к снижению доли оборота организаций естественных монополий в общем обороте организаций, то есть их роль в экономике несколько преувеличена. Трудно сказать, является ли такая тенденция заслугой работы ФАС России в процессе антимонопольного контроля за деятельностью естественных монополий и по нивелированию угроз экономике государства в целом и развитию конкурентных отношений, в частности, следующих: 1) угрозы сохранения власти естественного монополиста в потенциально конкурентных сегментах и его экспансия на смежные рынки; 2) угрозы, связанные с целевым инвестированием производственных мощностей и инфраструктурного комплекса естественной монополии; 3) угрозы роста ценового давления на экономику со стороны естественных монополий, вследствие их сохраняющейся неэффективности и др.

⁶ В соответствии с методологическими указаниями по статистике в оборот организаций включается стоимость отгруженных товаров собственного производства, работ и услуг, выполненных собственными силами, а также выручка от продажи приобретенных ранее на стороне товаров (без налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей).

Объем отгруженных товаров собственного производства представляет собой стоимость тех товаров, которые произведены данным юридическим лицом и фактически отгружены или отпущены в процессе продажи, а также прямого обмена на сторону (другим юридическим и физическим лицам) в отчетном периоде, независимо от того, поступили ли деньги на счет продавца.

Доля среднесписочной численности работников по сферам деятельности естественных монополий в среднегодовой численности занятых по видам экономической деятельности составляет 7,1%, а доля инвестиций в основной капитал по сферам деятельности естественных монополий в инвестициях в основной капитал — 19,5%. Из представленных статистических данных видно, что деятельность естественных монополий не представляет собой большую часть экономики страны.

А что же во второй половине страны? Конкуренция есть?

Сейчас информационная инфраструктура о развитии конкуренции в России не представляет собой целостный блок. Информация содержится во многих источниках. Она не согласована между собой ни по методологии сбора и методикам расчетов, ни по целям использования, ни содержательно.

С одной стороны, так и должно быть, с другой, возникает вопрос: представляет ли она собой достаточно качественный продукт, готовый для цифровизации и использования ее в практике принятия управленческих решений.

Информационная инфраструктура государственной политики по развитию конкуренции⁷

В настоящее время уровень и качество развития конкуренции и конкурентных отношений в той или иной мере анализируется Минэкономразвития, Росстатом, ФАС Рос-

сии и Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации, Экспертным советом при Правительстве, Агентством стратегических инициатив, Общероссийской общественной организацией малого и среднего бизнеса «Опора России», Общероссийской общественной организацией «Деловая Россия», Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, Российским союзом промышленников и предпринимателей, Национальным союзом производителей молока, Ассоциацией антимонопольных экспертов, Некоммерческим партнерством «Объединение корпоративных юристов России». Каждый из информационных аналитических материалов перечисленных и других организаций может достаточно успешно достигать поставленные перед ним цели на основе собственной методологии и методики построения. Противоречия возникают «на стыке» при попытке получить на их основе единую, взаимосвязанную картину о развитии конкуренции в стране, не каждого отдельно, а в их взаимодействии (тем более при информационно-методической несогласованности их построения).

Кроме того, функционирует большое количество «частников» — независимых консалтинговых, аналитических бюро, фирм и т.д., российских и даже иностранных, готовых предоставить подробные и разносторонние сведения о конкуренции в нашей экономике. Официальная статистика уже более не занимает монопольного положения на рынке информации.

С августа 2013 г. начались регулярные публикации «Бюллетеней о развитии конкуренции» Аналитическим центром при Правительстве России.

Кроме того, Аналитический центр при поддержке Российского управленческого сообщества участников президентской программы подготовки управленческих кадров и Торгово-промышленной палаты России начал проводить ежегодные опросы представителей бизнеса о состоянии конкурентной среды, используя мнение бизнеса.

⁷ «Принцип 5. Данные для статистических целей могут браться из всех типов источников, будь то статистические обследования или административные карточки. Статистические учреждения должны выбирать источник с учетом соображений качества, оперативности, издержек и бремени, ложащегося на респондентов». Основополагающие принципы официальной статистики разработаны и изложены на Шестидесятой восьмой сессии Генеральной ассамблеи Организации Объединенных Наций. Доклад Экономического и социального Совета 23 января 2014 г.

Информация, получаемая из опросов общественного и бизнес-мнения, играет существенную роль в процессе оценки конкуренции.

Активное использование новой формы информации — опросов общественного мнения в последнее время получило широкое распространение. Нет ничего плохого в использовании опросов бизнеса государственной властью, если это идет на благо обществу. Общемировая практика такова, что государственное управление и опросы связаны между собой. По историческим критериям первые наиболее яркие проявления этого феномена можно отнести еще к временам президентства Ф. Рузвельта в США. Причины, по которым опросы необходимы в последнее время, лежат на поверхности. На Западе цифры, получаемые на выходе, являются для каждого заказчика реальной основой для корректирования своей деятельности, потому что социально-экономические процессы имеют явный динамизм. Именно опросы бизнеса та сила, которая может манипулировать общественным сознанием.

Недооценить степень влияния опросов бизнеса на экономику трудно. Клиенты, заказывающие исследования, заинтересованы в «красивых» цифрах. Это действительно реальная сила, ведь при грамотной подаче статистического материала можно оказывать манипулирующие действия на массы. Другой вопрос, можно ли в России слепо доверять официальным данным? В нашей стране предоставляемые данные более похожи на красивый торт, который, пока не попробуешь, не разберешь, где правда?

Данные, получаемые в результате исследования опросов, считаются достаточно достоверными. На них опираются органы государственного управления, в частности ФАС России, при принятии оперативных и стратегических экономических и социальных решений. Эти данные служат обоснованием выбора стратегии развития отрасли, пред-

приятия, выбора стратегии диверсификации их основной деятельности.

Информация опросов качественно отличается от государственной статистической отчетности следующими характеристиками:

- методологическими и методическими подходами к сбору и обработке информации, ее структурированию;
- качеством и достоверностью предоставляемой информации. В ходе опросов собираются сведения:
 - о формирующихся у руководителей предприятий мнениях об оценке бизнесом конкуренции, ее интенсивности;
 - факторах, определяющих число конкурентов на российских рынках;
 - барьерах, с которыми сталкивается бизнес;
 - влиянии государства на состояние конкурентной среды и деятельность российского бизнеса;
 - прогнозах своей деятельности и др.

Опросные листы и вопросы составляются без связи с официальной статистикой;

- временным горизонтом информации о поведении экономической системы. В целом преимущество по сравнению с возможностями традиционной статистики заключается в более оперативном (на краткосрочных временных интервалах) выявлении изменений деловых тенденций на основании анализа суждений и ожиданий хозяйствующих субъектов относительно различных аспектов их деятельности, в том числе не являющихся объектами статистического наблюдения;

- масштабом охвата статистической информации и как результат ее репрезентативностью. В 2017 году Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации⁸ при взаимодействии с Торгово-промышленной палатой России был проведен онлайн-опрос представителей российского малого и среднего бизнеса, позволивший оценить общее состояние конкурен-

⁸ URL: <http://ac.gov.ru/projects/opros/011542.html>.

Таблица 2. Доля предприятий, участвующих в опросах в общем числе предприятий

Table 2. Share of the enterprises participating in polls the total number of the enterprises

Показатели	2014	2015	2016
Число предприятий (всего), тыс.	4886	5044	4764
Число опрошенных руководителей, чел.	602	1500	1100
Доля предприятий, участвующих в опросах в общем числе предприятий, %	0,01	0,03	0,02
Число малых предприятий, тыс.	2103,8	2222,4	2770,6
Число опрошенных руководителей, чел.	602	1500	1100
Доля предприятий, участвующих в опросах в общем числе предприятий, %	0,03	0,07	0,04

Источник: рассчитано по: Российский статистический ежегодник. 2017: Стат. сб./Росстат. М., 2017. С. 312–314, 320.

ции и конкурентной среды на российских рынках с точки зрения самих руководителей-предпринимателей. В опросе приняли участие 1100 респондентов. В 2015 году в опросе приняли участие 1500 респондентов, в 2014 г. — 602 респондента. Исходим из предположения, что число руководителей-предпринимателей соответствует числу предприятий.

Как видно из табл. 2, доля предприятий, охваченная опросами о состоянии конкуренции во всей совокупности предприятий Российской Федерации незначительна, то есть делать какие-либо серьезные выводы, а тем более принимать управленческие решения на основании данных опросов не совсем корректно. Тем не менее, поскольку других регулярных и надежных источников этих данных в рыночной российской экономике пока не существует, в Докладе ФАС России за 2016 г.⁹ с использованием информации опросов дана следующая оценка конкуренции:

«По оценкам представителей российского бизнеса, состояние конкуренции на российских рынках является умеренным: 48% участников опроса указали на высокую или очень высокую конкуренцию. Значение данного показателя от года к году продолжа-

ет снижаться: в 2016 году 51% респондентов указали на высокую или очень высокую конкуренцию, в 2015 г. — 53%. Увеличилась и доля тех, кто ощущает слабую конкуренцию или вовсе ее отсутствие. В 2017 г. она составила 25% против 24% в 2016 г. и 21% в 2015 г.

Наиболее сильное влияние конкуренции по результатам опросов испытывает бизнес в сфере производства строительных материалов, сфере ИТ-технологий, пищевой и текстильной промышленности, в секторе транспортного машиностроения, наиболее слабое — в сфере производства и распределения электроэнергии, газа и воды. Деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность переместилась из разряда низкоконкурентных отраслей в группу отраслей, производители которых отмечают значительное влияние конкуренции на их бизнес»¹⁰. Существуют и другие — неофициальные и альтернативные исследования уровня и качества конкуренции и конкурентной среды в нашей экономике. Развитие экономической теории и усиление вмешательства государства в экономику привели к появлению альтернативных и параллельных расчетов. Возросла потреб-

⁹ URL: <https://fas.gov.ru/>. Доклад о состоянии конкуренции в России за 2016 год. С. 89.

¹⁰ Оценка состояния конкурентной среды в России — 2017. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. С. 4.

ность в соответствующих измерителях экономической политики с точки зрения ее целей и средств воздействия на экономику. Интересный анализ и нестандартные выводы содержатся в материалах маркетингового агентства *Simple Analytics*¹¹, которое параллельно с официальными исследованиями в период с 2010 по 2017 гг. производило мониторинг уровня конкуренции в отраслях экономики Российской Федерации по традиционной методике, используя показатель индекса Герфиндаля-Гиршмана. Результаты такого конкурентного анализа показали и подтверждают, что в России достаточно много промышленных рынков с совершенной конкуренцией.

Выводы маркетингового агентства *Simple Analytics* относительно уровня и качества конкуренции и конкурентной среды в России не всегда совпадают с выводами, полученными Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации и другими официальными источниками. Это может быть результатом того, что в публикуемых материалах по традиционному мониторингу уровня конкуренции в отраслях экономики России не показаны источники статистической информации, не указано, на чем базируются их расчеты и методология.

Заключение

В последнее время в России ведутся многочисленные дискуссии о цифровых технологиях. Но обсуждают в основном перспективы, а не подготовительные работы, которые необходимо произвести, прежде чем новый инструмент фундаментальных изменений в общественной жизни поспособствует росту нашей экономики. Рост масштабов экономической деятельности сопровождается ростом объемов информационных ресурсов. Усложнение социально-экономического взаимодействия между экономическими агентами, ускорение про-

цессов информационного обмена и фактор неопределенности, вызванный низким качеством сведений, называются причинами нарастания издержек на поиск необходимых материалов. Корректная реализация процесса цифровизации экономики предъявляет высокие требования к качеству и количеству исходных данных, качеству благоприятной информационной среды. Формирование единой нормативно-информационной базы о национальных, федеральных, региональных, отраслевых и муниципальных стратегиях, программах, проектах и планах конкурентной политики и антимонопольной деятельности на основе законодательного обеспечения согласованного отражения в этой базе официальных отчетных данных и докладов является благоприятной предпосылкой для дальнейшего совершенствования конкурентной и антимонопольной политики на основе использования цифровых информационно-коммуникационных технологий.

Создание единой информационно-справочной системы, построенной на единой методологической основе, предусматривает: обеспечение комплексного представления информации об отраслях промышленности, расширение методов сбора информации о хозяйствующих субъектах всех организационно-правовых форм собственности, действующих на товарных рынках отрасли; интеграцию информационных ресурсов министерств, других федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, предприятий, обеспечение использования существующих и создание новых баз и банков данных для анализа количественных и качественных показателей товарных рынков. Этому может способствовать Государственная информационная система промышленности (ГИСП), созданная и запущенная по заказу Министерства промышленности и торговли России для реализации промышленной политики.

¹¹ URL: <http://simple-analytics.com/>.

Список литературы

1. Абросимова О. Ю. Государственное регулирование естественных монополий в России // Российское предпринимательство. 2012. № 5. С. 4–10.
2. Курнышева И. Р. Конкурентный климат и конкурентоспособность России в условиях дисфункций государственного управления / Монография. М.: ИЭ РАН, 2013а.
3. Курнышева И. Р. Развитие институтов конкуренции и конкурентных отношений в российской экономике // Современная конкуренция. 2013б. № 1, С. 49–57;
4. Организация государственной статистики в Российской Федерации / Госкомстат России. М., 2004. — 429 с.
5. Суринов А. Е. Цифровая экономика: вызовы для российской статистики // Вопросы статистики. 2018. № 3. С. 3–14.
6. Якунин В. И., Сулакшин С. С., Фонарева Н. Е. и др. Центр проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования при отделении общественных наук РАН. Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации. 2 т. М., 2008.

References

1. Abrosimova O. Yu. State regulation of natural monopolies in Russia. *Russian business*, 2012, no. 5, pp. 4–10 (in Russian, abstr. in English).
2. Kurnysheva I. R. Competitive climate and competitiveness of Russia in the conditions of dysfunctions of public administration / the Monograph. Moscow, IE RAS, 2013a (in Russian, abstr. in English).
3. Kurnysheva I. R. Development of institutes of the competition and the competitive relations in the Russian economy. *Journal of Modern Competition*, 2013b, no. 1, pp. 49–57 (in Russian, abstr. in English).
4. The organization of the state statistics in the Russian Federation / Goskomstat of Russia. Moscow, 2004, 429 p. (in Russian, abstr. in English).
5. Surinov A. E. Digital economy: calls for the Russian statistics. *Statistics Questions*, 2018, no. 3, pp. 3–14 (in Russian, abstr. in English).
6. Yakunin V. I., Sulakshin S. S., Fonareva N. E., etc. The center of the problem analysis and state and administrative design at office of social sciences of RAS. The state competition policy and stimulation of the competition in the Russian Federation. 2 vol. Moscow, 2008 (in Russian, abstr. in English).

I. Kurnysheva, Science federal state budgetary institution Institute of economy Russian Academy of Sciences, IE RAS, Moscow, Russia, kurnisheva@yandex.ru

National development plan for the competition and digital economy¹

In article topical issues of methodology, account and the analysis of statistical information in practice of macroeconomic developments of development of the competition as one of components correct implementation of programs for digitalization of economy are considered. Need of change of the relation to problems and potential of the competition and the developed competitive environment at all hierarchical levels of economy is proved. It is noted that there is a peculiar diversification of functions, redistribution of the centers of responsibility for execution of tasks of development of the competition and his statistical providing; complication of an object of management. It is noted, lack of the coordinated estimates of scale and character of a state and tendencies of the competition what is one of the reasons of limited opportunities of efficiency of basic market institute in the Russian Federation. The main producers and consumers of information on a condition of the competition in the country are revealed and systematized. Quantitative analytical assessment of a share of natural monopolies in the Russian economy is made. Creation of the general is offered it is information — the help system of statistical data.

Keywords: state policy, competition, antimonopoly activity, natural monopolies, information, digital economy.

About author:

I. Kurnysheva, *Dr of Economics, Head of Sector of researches of competition policy*

For citation:

Kurnysheva I. National development plan for the competition and digital economy. Journal of Modern Competition, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 53–62 (in Russian).

¹ Article is prepared on materials of a research of a subject of the state task «Structural Modernization of the Russian Economy in the context of Formation of New Model of Development.

Мазурова Е. К., докт. экон. наук, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, mazurovae@me.com

Сычева К. Г., Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, skristina_2202@mail.ru

Новые направления экспортной стратегии России

Достижение экономического суверенитета России, повышение ее национальной конкурентоспособности и устойчивости перед внешними вызовами и рисками во многом зависит от проведения грамотной внешнеторговой политики. В статье анализируется экспортная стратегия России: представлена система государственной финансовой и нефинансовой поддержки отечественных экспортеров, предложен формат российской экспортной политики в средне- и долгосрочной перспективе, обнаруживается проблема развития экспортного потенциала страны. В связи с этим в статье выявлены новые крупные устойчивые сферы экспортной специализации, при этом особое внимание уделено несырьевому неэнергетическому экспорту: проанализирована его роль в общей структуре российского экспорта товаров и услуг, выделены важнейшие отраслевые экспортные кластеры для обеспечения диверсификации экспортного сектора в долгосрочной перспективе, предложен поэтапный способ реализации новых экспортных направлений. Авторы делают вывод о том, что эффективная экспортная стратегия заключается в совершенствовании системы государственной поддержки национальных экспортеров и в формировании конкурентоспособного экспорта, вследствие модернизации топливно-сырьевой специализации и одновременного развития несырьевого неэнергетического экспорта.

Ключевые слова: международная торговля, экспортная стратегия, экспортный потенциал, конкурентоспособность экспортеров, государственная поддержка, финансовые и нефинансовые инструменты, несырьевой неэнергетический экспорт, экспорт услуг, диверсификация.

Введение

Разработка успешной долгосрочной внешнеэкономической стратегии России требует тщательного анализа социально-экономического развития страны, направлений ее внешнеторговой политики и современной системы регулирования российских внешнеэкономических и торговых отношений, которые нуждаются в обновлении и дальнейшем совершенствовании с учетом динамики и изменений на глобальном рынке.

Стратегической целью для нашей страны является модернизация и построение инновационной конкурентоспособной экономики. Следует отметить, что конкурентоспособность страны необходимо совершенствовать одновременно на нескольких

уровнях: государство, отрасли (кластеры) экономики, предприятия, производство товаров и услуг. Так, принципиальное значение в формировании международной конкурентоспособности имеет каждый из вышеперечисленных элементов. В данной статье особое внимание уделяется экспортному сектору, развитие которого оказывает значительное влияние на расширение конкурентных преимуществ страны на всех четырех уровнях. Данный ориентир наряду с основными направлениями (институциональным, технологическим и инновационным) предполагает не только создание новых высокотехнологических производств и обновления уже существующих конкурентоспособных отраслей, но и системного развития экспорта произведенной ими инновационной продукции. Современная гло-

бальная инфраструктура международного взаимодействия весьма подвижна, поэтому России необходимо грамотно использовать свои стратегические возможности для достижения поставленных целей.

Дискуссии вокруг создания новой экономической модели и укрепления внешнеэкономических позиций страны на мировой арене разворачиваются на страницах научных изданий и многочисленных экспертных и политических площадках. В данной статье внимание сфокусировано на выявлении новых крупных устойчивых сфер экспортной специализации России, в частности, на развитии несырьевого неэнергетического экспорта.

Статья имеет следующую структуру: в первом разделе проведен краткий анализ экспортной политики России за период с 2007 г. (как отправной точки начала глобальных изменений ввиду мирового финансового кризиса) по настоящее время; предложен форсайт российской экспортной стратегии в средне- и долгосрочной перспективе в контексте актуальных экспертных оценок и предложений, разработанных в 2017 г. для Правительства Российской Федерации.

Во втором разделе дается оценка современного состояния несырьевого экспортного сектора России, анализируется система его государственной поддержки.

В третьем разделе предложены наиболее перспективные направления совершенствования экспортной стратегии и приведена прогнозная оценка развития российского экспорта на базе конкурентоспособных на международном рынке компаний.

Переосмысление экспортной стратегии России

На протяжении многих лет экспорт нефтяной продукции является локомотивом экономического развития России, обеспечивая основной объем бюджетных доходов и пополнение суверенных фондов. По дан-

ным организации ОПЕК, Российская Федерация занимает лидирующие позиции по добыче нефти в мире (рис. 1).

Более того, на современном этапе основу российского экспорта все еще составляет топливно-энергетический комплекс и минеральные продукты (рис. 2). Однако, даже несмотря на высокую конкурентоспособность, он не может быть единственным столпом, на котором держится экономика страны, претендующей на роль ведущего игрока в мировой политике.

В течение многих десятилетий усиление роли сырьевых отраслей подрывало конкурентоспособность экономики в целом. На фоне высоких цен на сырье, приносящих большие доходы от его экспорта, происходило ухудшение структуры российской экономики, реальное подавление экспортоориентированными отраслями других сфер промышленности. «Голландская болезнь» проявилась в неспособности обеспечить доходами от нефтяного экспорта другие несырьевые отрасли, что, в свою очередь, привело к увеличению импорта на фоне сокращения чистого экспорта, резкому снижению конкурентоспособности на мировом рынке,



Рис. 1. Крупнейшие страны-экспортеры нефти в мире за 2017 г. [ОПЕК, 2017]

Fig. 1. World largest oil exporting countries in 2017 [OPEC, 2017]

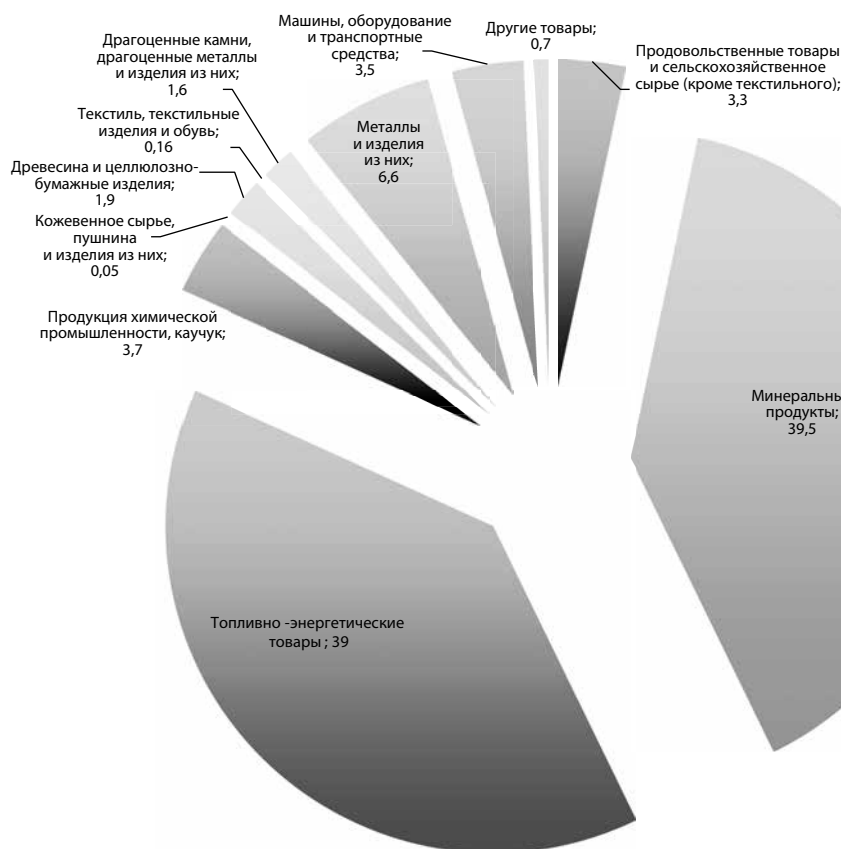


Рис. 2. Товарная структура экспорта России со всеми странами, январь-май 2018 г. [ФТС]

Fig. 2. Commodity structure of Russian exports with all countries, January-May 2018 [FCS]

росту безработицы и другим негативным последствиям.

Ухудшение внутри- и внешнеэкономического состояния страны в последнюю пятилетку стало следствием накопления многих стратегических и текущих проблем, которые, по мнению авторов, выявили неэффективность не только экономической политики в целом, но и ее внешнеторговой составляющей. Резкое падение цен на нефть и энергоресурсы в сочетании с оттоком капитала, санкционным давлением со стороны западных партнеров и последовавшей за этим девальвацией рубля ухудшили общее состояние российской экономики (рис. 3).

В условиях возросшей рыночной волатильности, обилия внутриэкономических проблем и происходящих масштабных геополитических и торгово-политических изменений одной из основных задач становится модернизация внешнеторговой политики страны в целом и экспортной стратегии в частности, нуждающейся в корректировке и даже, возможно, в изменении ее ориентиров.

В 2015 году в рамках подготовленного Министерством экономического развития Российской Федерации Прогноза развития России до 2030 г. были рассмотрены предполагаемые перспективы усовершенствования экспортного сектора: консерватив-

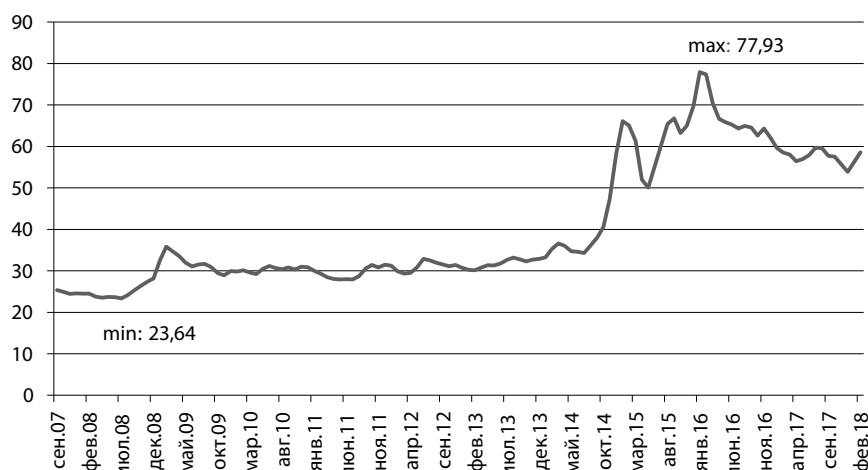


Рис. 3. Среднемесячный курс рубля к доллару, сентябрь 2007 г. — февраль 2018 г. [ЦБ РФ]

Fig. 3. The average monthly exchange rate of the ruble to the dollar, September 2007–February 2018 [CBR]

ный (базисный) и форсированный сценарии (табл. 1).

Оба сценария сфокусированы на повышении экономического влияния России

в международной торговле за счет экспорта несырьевых товаров и услуг (в том числе высокотехнологических и интеллектуальных услуг), а также на стимуляции роста коли-

Таблица 1. Сценарии социально-экономического развития России на период до 2030 г. [Министерство экономического развития России, 2015]

Table 1. Scenarios of Russian socio-economic development up to 2030 [Ministry of economic development of the Russian Federation, 2015]

Задачи	Консервативный (умеренно-оптимистичный) сценарий	Форсированный (оптимистичный) сценарий
1	Укрепить позиции России на мировой арене: повысить стоимостной объем экспорта товаров и услуг в 2,4 раза	Стать одной из пяти основных стран-экспортеров в мире: повысить стоимостной объем экспорта товаров и услуг в 2,9 раза
2	Сделать акцент на развитии несырьевого экспорта: повысить его стоимостной объем в 1,5 раза	Существенный рост стоимостных объемов несырьевого экспорта товаров в 1,6 раза и услуг в 1,7 раза
3	Обеспечить прирост доли машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме экспорта	Обеспечить значительный прирост доли машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме экспорта
4	Способствовать товарной диверсификации экспорта	Реализовать ресурсно-инновационную модель международной специализации России: увеличить коэффициент товарной диверсификации экспорта на 1–2 пункта
5	Повысить долю России в мировом высокотехнологическом экспорте в 1,5 раза	Повысить долю России в мировом высокотехнологическом экспорте в 2 раза
6	Повысить объем наукоемких и интеллектуальных услуг в российском экспорте в 1,7 раза	Повысить объем наукоемких и интеллектуальных услуг в российском экспорте в 1,9 раза
7	Стимулировать рост количества экспортеров в 3 раза	Стимулировать рост количества экспортеров в 4 раза

Таблица 2. Форсайт экспортной стратегии России

Table 2. Russia's export strategy foresight

Центр стратегических разработок (А. Л. Кудрин)	«12 шагов для экономического развития России» (С. Глазьев)	Столыпинский клуб (Б. Ю. Титов)
1. Расширение доли в мировой торговле: — увеличение количества торговых связей; — создание новых торговых зон и зон свободной торговли; — создание свободных таможенных отношений	1. Госрегулирование и открытость: — сформировать единое воздушное пространство и открыть новые воздушные коридоры в рамках российско-китайско-индийско-иранской кооперации; — открыть внутренние водные пути со строительством и использованием судов собственного производства; — соорудить трансконтинентальные транспортные коридоры, развить единую базу железнодорожного и автомобильного машиностроения; — задуматься о будущем формировании общего энергетического пространства и совместной машиностроительной базы	1. Открытая экономика: раскрыть логистический и транспортный потенциал России на евразийском пространстве для развития торговли и коммуникаций
2. Формирование конкурентоспособного экспорта: — совершенствование образовательных услуг; — стимулирование инноваций и стремление к технологическому прорыву; — финансирование НИОКР; — создание объединения частных компаний при поддержке государства, которые смогут понизить риски, объединив усилия на пути от разработки новых технологий до их предложения на международном рынке	2. «План опережающего развития на основе нового технологического уклада»: — наращивание расходов на НИОКР и образование, стимулирование инновационной активности и поощрение новаторства; — направление нефтяных доходов на финансирование государственных инвестиций; — дополнение функций ЦБ задачами обеспечения роста инвестиций, ВВП и занятости	2. Формирование диверсифицированного и конкурентоспособного экспорта: — уход от нефтяной зависимости; — внедрение современного оборудования; — переход к инновационной экономике (развитие НИОКР, модернизация промышленности)
3. Стимулирование участия российских компаний в международной торговле: — обеспечить поддержку экспортерам (снять ряд таможенных ограничений и предоставить субсидии для развития); — упростить административные процедуры; — совершенствовать систему страхования экспорта	3. Реформирование системы государственного регулирования: — использовать стратегическое и индикативное планирование; — сделать российскую экономику более открытой за счет расширения торговых связей с другими странами	3. Стимулирование участия российских компаний в международной торговле: — ослабление административного давления на бизнес; — нейтрализация рисков ведения бизнеса в России; — расширение всесторонней господдержки экспортеров

чества национальных экспортеров. Отличие сценариев заключается в объеме требуемых изменений: оптимистичный путь предусматривает сочетание форсированных темпов роста с созданием мощного экспортного сектора продукции с высокой добавленной стоимостью [Минэкономразвития, 2015].

К разработке новых направлений экспортной стратегии для Правительства Российской Федерации также подключилось экспертное сообщество (табл. 2). Весной 2017 года Алексей Кудрин от лица Центра стратегических разработок (ЦСР) представил Правительству России Программу развития экономики России на 2018–2024 гг. В качестве главных причин замедления темпов роста экономики относительно мировых показателей экс-министр финансов выделяет недостаточный уровень международной интеграции и отсутствие производства конкурентоспособной на мировом рынке продукции. «Пока мы не создадим товары, которые будут также массово на коммерческой основе применяться во всем мире, пока Россия не станет производителем нескольких нужных всему миру товаров — потребительских или промышленных — мы не сможем убрать барьеры для роста экономики», — говорил А. Кудрин на ПМЭФ-2017.

Итак, программа развития, предлагаемая ЦСР, диктует необходимость структурного маневра в экономике, который приведет к росту производительности за счет расширения международных связей. Это возможно при последовательном развитии несырьевого экспорта, основанного на использовании традиционных конкурентных преимуществ нашей страны, внедрения инноваций и улучшения институциональной среды. Для динамичного развития торговых отношений России необходима либерализация валютного регулирования, упрощение административных процедур и поддержка экспортеров путем снятия ряда таможенных ограничений и субсидирования. «...Для того, чтобы закрепиться на мировом рынке, нужно еще большее участие наших компа-

ний в международной торговле. Мы должны снизить барьеры для этого процесса», — считает А. Кудрин.

Более того, в программе развития ЦСР особое внимание уделяется развитию человеческого капитала, совершенствованию сферы образования и науки как инструмента динамичного развития высокотехнологичного сектора в экономике. Говоря о технологических инновациях, необходимо развивать, в первую очередь, области, в которых наша страна традиционно является лидирующей и конкурентоспособной (физика, математика и науки, связанные с космосом), однако не забывая при этом о создании новых продуктов. Без постепенного расширения своей доли в мировой торговле путем применения грамотной внешнеэкономической политики, по мнению авторов программы, экономический рост невозможен. Для перехода на новый технологический уровень предлагается создавать объединения частных компаний при поддержке государства. Такие объединения могут понизить риски, объединив усилия на пути от разработки новых технологий до их предложения на международном рынке. А господдержка может выражаться в субсидиях, гарантиях, снижении налогов и разного рода неналоговых платежей.

Высказывания академика С. Глазьева о дальнейшей стратегии экономического развития России по некоторым пунктам совпадают с предложениями ЦСР. Во-первых, он говорит о необходимости реформирования системы государственного регулирования — использовать стратегическое и индикативное планирование, сделать российскую экономику более открытой за счет расширения торговых связей с другими странами. Во-вторых, реализация таких трансконтинентальных интеграционных объединений, как Евразийский экономический союз (ЕАЭС) и Шелковый путь, по мнению эксперта, может открыть возможности для расширения взаимовыгодного сотрудничества. Более того, академик гово-

рит о перспективах формирования единого воздушного пространства, открытия новых воздушных коридоров в рамках российско-китайско-индийско-иранской кооперации, трансконтинентальных транспортных коридоров с развитием единой базы железнодорожного и автодорожного машиностроения, создания общего энергетического пространства и совместной машиностроительной базы [Фалыхов, 2017]. Однако, на взгляд авторов, осуществление подобных проектов возможно лишь после достижения определенного уровня развития производительности и конкурентоспособности российской экономики на мировом рынке.

Предложения экспертов Столыпинского клуба (Б. Титов) во многом совпадают с программой развития ЦСР: главными задачами экономического роста России они определяют ослабление административного давления на бизнес, уход от нефтяной зависимости и развитие высокотехнологичного сектора. Конечно, существуют и различия в подходах экономистов, в частности, это касается выбора наиболее эффективной денежно-кредитной политики: Кудрин призывает сконцентрироваться на привлечении инвестиций за счет снижения инфляции, а Б. Титов, в свою очередь, — на осуществлении денежной эмиссии и предоставлении недорогих кредитов для промышленного сектора [Столыпинский клуб, Стратегия роста, 2017].

Таким образом, несмотря на разногласия, по мнению экспертов, первостепенное место в стратегии экономического развития России занимает экспортная деятельность, развитие которой является ключевым элементом для обеспечения устойчивого развития. Более того, экономисты справедливо утверждают, что для достижения поставленных целей необходима реструктуризация внешнеэкономической стратегии, основанной на расширении несырьевого экспорта. Достижение отечественными производителями конкурентоспособного на мировом рынке уровня невозможно без субсидиро-

вания и оказания им кредитно-финансовой поддержки со стороны государства.

В Послании Президента Российской Федерации Федеральному собранию от 1 марта 2018 г. В. В. Путин объединил наиболее интересные и перспективные предложения по формированию будущей внешнеэкономической политики страны, не делая выбор в пользу одной из предложенных стратегий. Президент в частности подчеркнул необходимость экспортной переориентации России в пользу несырьевого экспорта и достижения высокой степени открытости национальной экономики, в результате которой исчезнет различие между внутренним и внешним рынком благодаря глобализации конкуренции. Он также сконцентрировал внимание на повышении эффективности государственных расходов, а именно, на привлечении частных ресурсов для финансирования перспективных экспортных проектов. «Нужно снять все административные барьеры, создать режим наибольшего благоприятствования для тех компаний, которые выходят на внешние рынки. В течение шести лет мы должны практически удвоить объем несырьевого, неэнергетического экспорта до 250 миллиардов долларов. До 100 миллиардов долларов должен вырасти ежегодный экспорт услуг, включая образование, медицину, туризм, транспорт», — заключил президент Российской Федерации [Послание президента Российской Федерации Федеральному собранию Российской Федерации, 2018].

Несырьевой экспортный сектор в России: динамика как результат совершенствования системы государственной поддержки

Успех национальной экономики на мировых рынках зависит от полномасштабного использования ресурсного потенциала для создания конкурентоспособной экспортной продукции. Таким образом, расширение и диверсификация экспорта являются

одним из важнейших составляющих элементов стратегии развития экономики России, предполагающих решение поставленных задач за счет наращивания экспорта несырьевого сектора.

Согласно классификации, предложенной Всероссийской академией внешней торговли (ВАВТ) и Российским экспортным центром, в товарной структуре экспорта выделяются сырьевые и несырьевые блага (рис. 4). Главное их различие заключается в степени участия человека в создании товара. Сырьевые товары — это, во-первых, природные материалы, или, другими словами, полезные ископаемые. Во-вторых, это отходы от производственного процесса, которые будут использованы как сырье, например, металлолом, макулатура, отходы древесины, стекла и др. В свою очередь, группа несырьевых энергетических товаров представлена электроэнергией и переработанным топливом, а именно, нефтепродуктами, угольным коксом и т. д.

В контексте диверсификации наибольший интерес представляют несырьевые неэнергетические товары, производство и экспорт которых уже в ближайшем будущем может стать наиболее перспективным направлением модернизации экспорта Рос-

сии. Группа несырьевых неэнергетических товаров делится на три подгруппы, различающиеся по степени передела. Продукты нижних переделов обладают низкой степенью переработки. Примером таких товаров могут быть продукты растениеводства (овощи, фрукты), удобрения, пиломатериалы, обработанный камень, чугун и сталь, необработанные цветные и драгоценные металлы. Продукты средних переделов находятся в середине многостадийной глубокой переработки исходных материалов (мясо, целлюлоза), кроме того к данной группе относится готовая продукция невысокой сложности переработки (мука, крупы, сахар, мыло). Наконец, несырьевые товары верхних переделов — это готовые товары, произведенные в результате тщательной переработки исходных материалов (автомобили, фармацевтическая продукция), а также высокотехнологичные продукты (радиоактивные соединения, компоненты лекарств, бриллианты) [Российский экспортный центр, 2018].

Согласно официальным статистическим данным в последнее время уже наметились позитивные сдвиги в структуре российского экспорта. Так, в 2016 году экспорт сырьевых товаров в стоимостном выражении

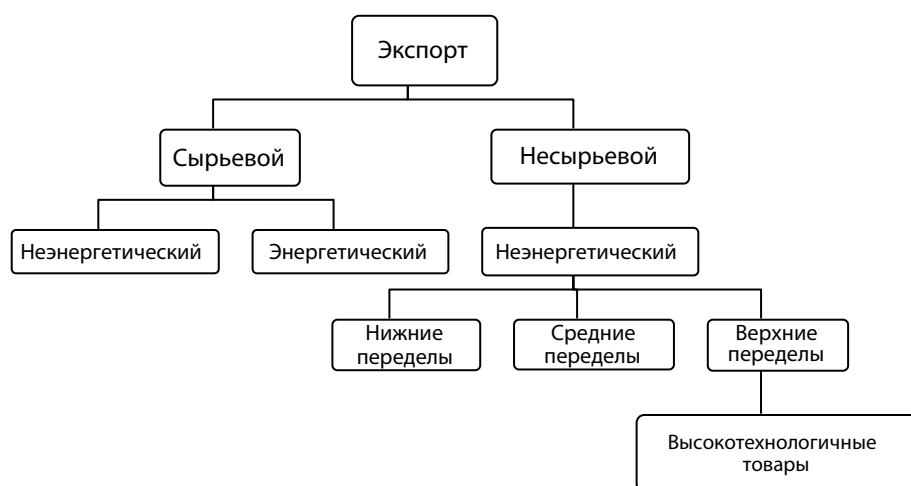


Рис. 4. Классификация экспортных товаров по методике РЭЦ и ВАВТ [РЭЦ, 2018]

Fig. 4. Classification of exports according to the method of REC and AAFТ [REC, 2018]

составил 127,4 млрд долл., или 38% от совокупного экспорта товаров и услуг за год, а экспорт несырьевых товаров — 158,1 млрд долл. (47%). Было отмечено снижение в экспорте доли продукции низкой степени переработки на 40,6% (44,3 млрд. долл.) и, наоборот, увеличение на 20,4% (22,2 млрд долл.) доли продуктов, находящихся в середине многостадийной глубокой переработки исходных материалов (товары средних переделов) и готовой продукции, которая является результатом тщательной переработки исходных материалов на 39% (42,6 млрд долл.) (товары верхних переделов). Данная динамика позволяет сделать вывод о видимых успехах в развитии экспортного сектора России, появлении в его структуре новых товарных групп. К их числу относятся продовольственные товары (мороженная говядина, свинина, мед, кукуруза), машинно-техническая продукция (пылесосы, проекторы), химические товары, а также некоторые изделия легкой промышленности и др. Вместе

с тем экспорт услуг в совокупном объеме экспорта России в 2016 г. составлял лишь 14,9% (или 50 млрд долл.) (рис. 5) [Федеральная таможенная служба, 2016].

С каждым годом курс на экспортную переориентацию страны и диверсификацию его структуры все более активно поддерживается государством. Система государственной поддержки экспорта состоит из финансовых и нефинансовых инструментов. Финансовая помощь экспортерам заключается в стимулировании инвестиций в новые перспективные проекты, в государственной поддержке экспортных кредитов путем субсидирования ставки кредитования, обеспечении государственных гарантий и страхования. Нефинансовая поддержка, в свою очередь, предполагает стимулирование экспорта за счет предоставления консультаций и необходимой информационной базы экспортерам, в содействии их участию в торговых выставках и ярмарках, в формировании благоприятного обра-



Рис. 5. Структура российского экспорта товаров и услуг [ФТС, 2016]

Fig. 5. Structure of Russian exports of goods and services [FCS, 2016]

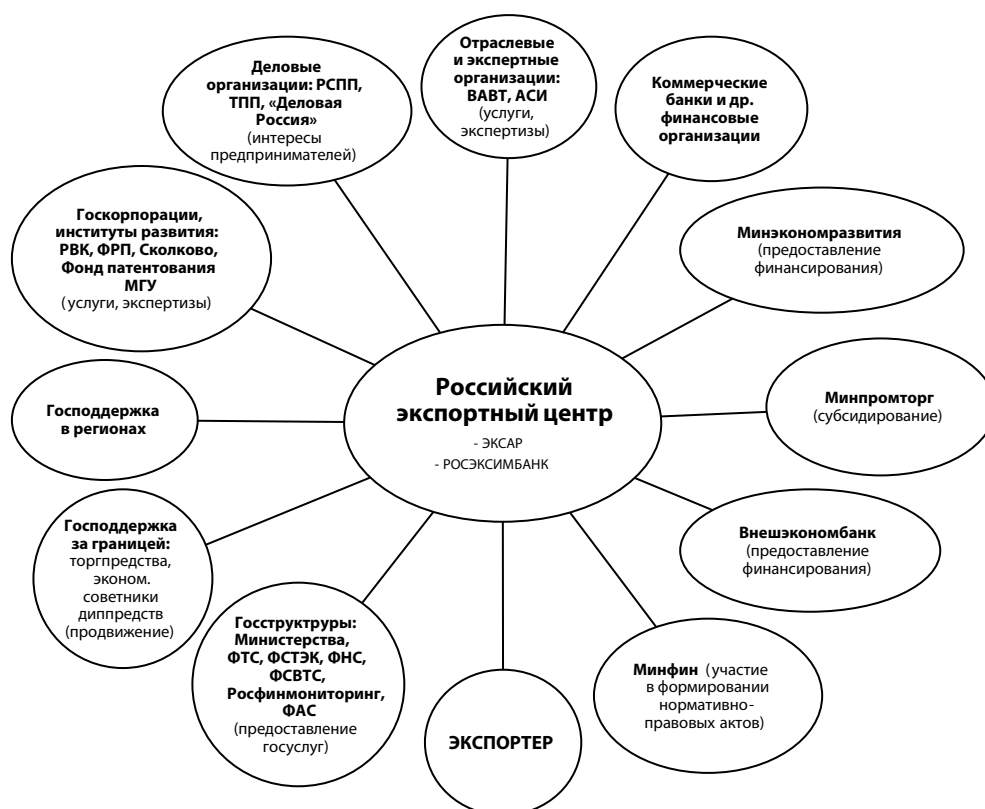


Рис. 6. Система взаимодействия РЭЦ с другими структурами поддержки экспорта в России [РЭЦ, 2018]

Fig. 6. System of REC interaction with the other export support structures in Russia [REC, 2018]

за страны на мировом рынке. Также к нефинансовым относятся торгово-политические меры, включающие активизацию деятельности в международных организациях и поддержку взаимовыгодных экономических отношений с другими странами.

Первым шагом в направлении расширения финансовой и нефинансовой поддержки экспорта стал Федеральный закон от 29.06.2015 № 185-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О банке развития» и статью 970 части второй Гражданского Кодекса Российской Федерации» (далее — Федеральный закон № 185-ФЗ), в результате принятия которого закрепился правовой статус Российского экспортного центра (РЭЦ). На сегодняшний день РЭЦ объединяет Российское агентство по стра-

хованию экспортных кредитов и инвестиций (АО «Эксар») и АО «Росэксимбанк», предоставляя комплексный пакет услуг для перспективных экспортеров несырьевой продукции (рис. 6). Центр активно взаимодействует с другими государственными институтами федерального и регионального значения, негосударственными организациями и научными институтами, что позволяет ему преодолевать существующие на рынке барьеры для реализации активной внешнеэкономической деятельности.

Уже в 2017 году господдержка и значительное расширение как финансовых, так и нефинансовых мер поддержки экспортеров оказали положительное воздействие на несырьевой экспорт и привели к его росту. За 11 месяцев 2017 г. государственная

поддержка была оказана почти 6600 компаниям. В отрасли автомобилестроения (за счет поставок спецтехники, легковых автомобилей и комплектующих) наблюдался рост экспорта на 35%, или на 686 млн долл. к аналогичному периоду 2016 г. Также произошло существенное увеличение экспорта продукции железнодорожного машиностроения (35%, или 83 млн долл.) и продукции сельхозмашиностроения (24%, или 19 млн долл.). По предварительным оценкам несырьевой экспорт рос за счет агропромышленного комплекса, машиностроения и химической промышленности и по отношению к 2016 году в стоимостном выражении увеличился на 20%, составив 190 млрд долл. [Счетная палата Российской Федерации, 2018].

Актуальные пути развития российского экспортного сектора

Основываясь на анализе внутриэкономической ситуации и на оценке мнений экспертов, на сегодняшний день можно опре-

делить 14 отраслевых кластеров, способных внести наибольший вклад в увеличение российского несырьевого экспорта в среднесрочной и более отдаленной перспективах (рис. 7). Кластеры можно разделить на три группы в зависимости от ключевого фактора их конкурентоспособности.

Первая группа — *природно-географический кластер*, который отражает преимущества большой и географически выгодно расположенной территории России и включает в себя такие отраслевые сегменты, как агропромышленный комплекс, услуги транспортного комплекса и туризм. Выгодное географическое положение и богатый природный, культурно-исторический и этнический ресурс России предоставляют возможности для эффективной мобилизации и развития транспортных и туристических услуг. Туризм на сегодняшний день является наиболее открытым сектором услуг (сектор открыт 140 странами). За ним следуют финансовые (120 стран), деловые (115 стран) и телекоммуникационные (110 стран)

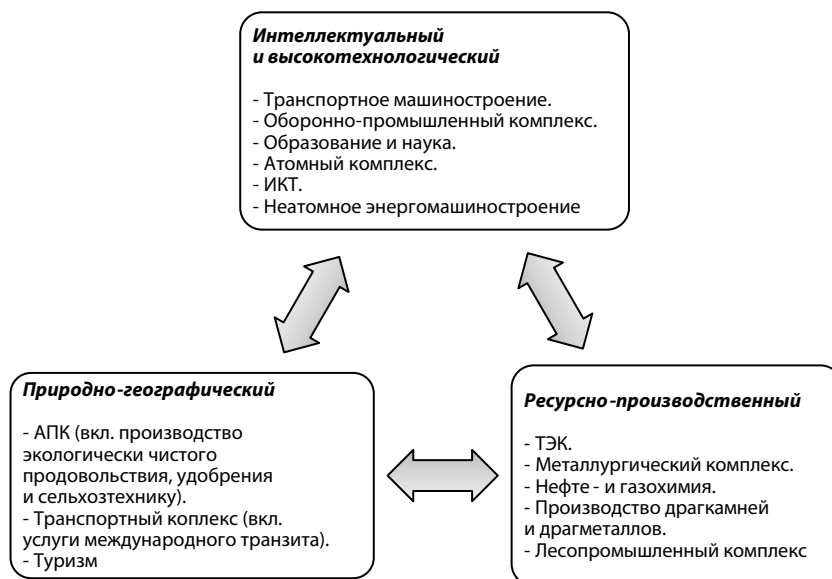


Рис. 7. Важнейшие отраслевые экспортные кластеры для обеспечения диверсификации сектора в среднесрочной перспективе [Международная торговля, 2017]

Fig. 7. Key sectorial export clusters to ensure the diversification of the sector in the medium term [sub. edited by Shishkin, 2017]

и строительные (90 стран) услуги [Шуйский, 2017].

Вторая группа — *ресурсно-производственный кластер*, характеризующийся изобилием экономически доступных первичных ресурсов, наличием производственной базы, экономией на масштабе. Он также включает в себя ряд кластеров, в том числе топливно-энергетический комплекс (нефтепродукты, электроэнергия, другое энергетическое сырье), металлургический комплекс (черные и цветные металлы и изделия из них), нефте- и газохимия, производство драгкамней и драгметаллов и лесопромышленный комплекс.

Особое внимание уделяется третьей группе — *интеллектуальный и высокотехнологический (инновационный) кластер*. Здесь ключевым фактором является существенный научно-технический и интеллектуальный потенциал, подкрепленный наличием высококвалифицированных инженеров, специализированной производственной базой и инфраструктурой. В данную группу также входят такие отраслевые кластеры, как транспортное машиностроение, атомный комплекс, оборонно-промышленный комплекс, образование и наука (образовательные услуги, услуги в области НИОКР, реализация интеллектуальной собственности, ИКТ, неатомное энергомашиностроение). Основным элементом устойчивого инновационного развития национальной экономики является сектор малых предприятий, который в силу своей динамичности способен повысить конкурентоспособность и обеспечить стабильный долгосрочный рост. В развитых странах малый и средний бизнес формирует около 80% рабочих мест, а его доля в совокупном ВВП страны варьируется в диапазоне 50–80%. Так, активная деятельность малых предприятий вкпе с государственной поддержкой бизнеса способны обеспечить повышение конкурентоспособности экономики страны, в том числе в процессе интеграции в мировое экономическое пространство. На сегодняшний день

один из основных стратегических ориентиров Российской Федерации до 2030 г. заключается в развитии бизнеса и увеличении его доли в совокупном ВВП страны [Кузнецов, Вовченко, Епифанова, 2018].

В данном контексте нельзя не упомянуть о фармацевтической и медицинской продукции, продукции тяжелого машиностроения, целлюлозно-бумажной продукции и других сфер. Однако 14 вышеперечисленных отраслевых кластеров, по мнению авторов, являются *ключевыми*, если описывать успешное и динамичное развитие несырьевого экспортного сектора и перспективу структурных сдвигов в экспортной специализации России.

При анализе вышеперечисленных кластеров становится очевидно, что экспорт услуг в совокупном объеме российского экспорта составляет лишь 14,9%, или 50 млрд долл. (см. рис. 5) [Федеральная таможенная служба, 2016]. Согласно исследованиям ВТО, сфера услуг является не только стремительно развивающимся сегментом мировой торговли, но и сектором, в наименьшей степени зависящим от колебаний мировой конъюнктуры. В 2016 году доля услуг в мировом экспорте выросла на 4,2% по сравнению с 2000 г. и составила 4770 млрд долл. [WTO, Trade recovery expected in 2017 and 2018, 2017]. По мере увеличения спроса на научные, культурные, экономические и другие услуги постепенно происходит либерализация торговли услугами. Таким образом, эксперты прогнозируют дальнейший рост доли услуг в мировой торговле, опираясь на смещение потребительских предпочтений от товаров к услугам как в развитых, так и в развивающихся странах [UNCTAD, World investment report, 2017, p. 6].

Основополагающим фактором для успешного развития и функционирования сектора услуг является образовательный и научно-технический уровень развития, другими словами, уровень человеческого капитала в стране определяет основу для расширения высокотехнологического сектора (рис. 8). Таким образом, на современном

этапе одно из приоритетных экспортных направлений России — формирование так называемой мягкой инфраструктуры, которая помимо повышения уровня человеческого капитала будет способствовать долгосрочному взаимодействию России с зарубежными странами. В данном контексте необходимыми направлениями развития могут быть:

- развитие российского экспорта образовательных услуг, а именно, совершенствование взаимодействия с зарубежными вузами, предоставление возможности обучения иностранных студентов в России;
- взаимодействие и обмен опытом с иностранными государственными надзорными органами для совершенствования и уплотнения отношений с зарубежными странами;
- предоставление высокого уровня образования российскому населению для дальнейшей экспансии за рубеж и эффективного сотрудничества с иностранными представителями.

Особое внимание необходимо уделить сфере образовательной деятельности высших учебных заведений, которая нуждается в усилении своей инновационной составляющей, развитии НИОКР и дифференциации услуг. В данном контексте, интерпретируя выводы теории конкурентных преимуществ

М. Портера, следует отметить, что для продуктивного развития национальных образовательных учреждений необходима эффективная конкурентная стратегия для каждого из них, основанная на предотвращении внешних и внутренних рисков, таких как появление услуг-заменителей и новых сильных конкурентов. Рассматривая высшие учебные заведения в качестве полноправных участников рыночных отношений, авторы посчитали допустимым следующее утверждение М. Портера. Его суть заключается в использовании новых технологий, учете изменившихся запросов потребителей, в улучшении качества регулирования и расширении дифференциации предложения для эффективного развития конкурентных преимуществ сферы образовательных услуг [Харченко 2018]. В долгосрочной перспективе повышение конкурентоспособности национальных вузов будет способствовать развитию человеческого капитала и усилению научно-технической составляющей экономики, которая определяет качество и уровень инновационного развития и содействует расширению экспортного сектора, в том числе доли услуг (см. рис. 8).

Ярким примером успешного российского экспорта интеллектуальных и высокотех-



Рис. 8. Актуальный способ реализации экспортного потенциала России

Fig. 8. Relevant method of Russian exports potential realization

нологичных услуг, хорошо зарекомендовавших себя на мировом рынке, может служить продукция «Лаборатории Касперского» в области борьбы с компьютерными вирусами. Компания специализируется на разработке уникальных программных решений для обеспечения безопасности в сфере IT-технологий, которая на сегодняшний день является основой для бизнеса во всем мире. Среди клиентов, пользующихся услугами данной фирмы — компания *Ferrari*, Министерство обороны Италии, компания *Mandarina Duck*. Более того, одним из первых антивирусов для компьютеров компании *Apple* стала программа Касперского. На сегодняшний день флагманский офис «Лаборатории Касперского» расположен в Москве, однако компания имеет свои представительства в Европе, Азии и Северной Америке.

Еще одним ярким примером является российская компания «Аргус-Спектр». Ее изобретение — радиосистема охранно-пожарной сигнализации и оповещения «Стрелец» — отвечает жестким требованиям стандарта EN 54 и сегодня уже активно используется в Европе. Среди европейских объектов, находящихся под охраной российской пожарной сигнализации, числятся замок королевы Великобритании, кафедральный собор Святой Марии в Ирландии, Уимблдонский теннисный клуб в Англии, Цирк дю Солей в Германии, здание Королевской оперы Валлонии в Бельгии, здание венгерской Академии наук в Будапеште и др. В Великобритании более 70 объектов используют полноценную радиоканальную систему защиты, предлагаемую компанией. Количество беспроводных устройств находится в диапазоне 50–3000 штук на одном объекте. Более того, среди клиентов российской компании находится Парламент Великобритании, который размещен в Вестминстерском дворце. Перед российской компанией стояла непростая задача, заключающаяся не только в охране исторически значимого объекта, который занима-

ет площадь около 3,2 га, но и в сохранении целостности интерьера при монтаже устройств радиосистемы «Стрелец».

Помимо компаний, продукция которых уже получила признание на глобальном рынке, сегодня можно выделить несколько новых перспективных российских проектов (табл. 3). В ближайшее время они вполне способны составить достойную конкуренцию зарубежным компаниям-экспортерам.

Так, планируется расширение участия российской железнодорожной отрасли в международной торговле: в 2017 г. при поддержке Российского экспортного центра (РЭЦ), в рамках программы кредитования, которую совместно с Министерством промышленности и торговли Российской Федерации реализует Росэксимбанк, Россия начала экспортировать железнодорожные вагоны в Казахстан. Обновление подвижного состава дает возможность осуществлять пассажирские перевозки по социально значимым маршрутам: Костанай — Караганда, Костанай — Аркалык, Костанай — Алма-Ата и Кызылорда — Петропавловск. На сегодняшний день расширение экспорта высокотехнологичных товаров, к которым в том числе относится железнодорожная отрасль, является основополагающим для России, поэтому у проекта есть хорошие перспективы для развития производства и торговли с другими странами помимо Казахстана.

Еще одна компания — АО «ГалоПолимер» — является крупнейшим мировым производителем фторполимерной продукции и лидером российской химической отрасли. В 2017 году она сумела заключить контракт на поставку фторопласта в Индию, тем самым сделав первый шаг по выходу на зарубежный рынок. Благодаря РЭЦ, который оказал компании содействие в поиске потенциальных партнеров, бренд «ГалоПолимер» (*HaloPolymer*) постепенно становится узнаваемым в индустрии фторхимии по всему миру.

В целлюлозно-бумажной отрасли Россия также постепенно выходит на мировой уровень, в частности, на сегодняшний день

по всему миру экспортируется бумага любых сортов от компании АО «Соликамскбумпром». В 2016 году Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСПАР), входящее в Группу РЭЦ, предоставило компании-экспортеру страховое покрытие краткосрочной дебиторской задолженности сроком на 1 год. Общая сумма данной сделки по поставкам газетной бумаги и лигносульфонатов российского производства составила более 80 млн долл. США, при этом страховое покрытие ЭКСПАР позволило отгружать товар по всему миру.

Российская авиационная промышленность также имеет неплохие перспективы

на мировой арене: активно развивается экспорт российских самолетов Сухой Суперджет (Sukhoi Superjet 100 (SSJ100)). С 2016 года при поддержке РЭЦ самолеты этой компании поставляются ирландскому заказчику SSJ100 с развитием параллельно сервисных центров по их обслуживанию. Прогнозные оценки дальнейшего расширения авиационного экспорта достаточно оптимистичны.

Нельзя не упомянуть и об успехах в области сельскохозяйственной промышленности: с 2014 г. компания «Росэксимбанк» благодаря активной государственной поддержке реализует зарубежные поставки современного оборудования для подготовки

Таблица 3. Прогнозная оценка развития российского экспорта

Table 3. Forecast assessment of Russian exports development

Отрасль	Компания	Страна/регион назначения	Прогноз
Железнодорожная отрасль	ОАО «Тверской вагоностроительный завод»	Казахстан, Белоруссия, Латвия, Литва, Монголия, Финляндия (Хельсинки), Франция (Ницца), Болгария (София), Сербия (Белград), Польша (Варшава) и др. города Европы	Обновление железнодорожных парков по всей Европе
Химическая промышленность	АО «ГалоПолимер»	США, страны СНГ, Европы, Азии	Стремительное развитие и заключение партнерских отношений с странами Ближнего Востока
Химическая промышленность	АО «ОХК «Уралхим»	Китай, Бразилия, США	Производственный потенциал: постоянная модернизация и рост
Целлюлозно-бумажная промышленность	АО «Соликамскбумпром»	Германия, Турция, Иран, Индия, Пакистан, Таиланд, Египет, Кения, Уганда и многие другие страны мира	Дальнейшее расширение географии продаж
Авиационная промышленность	Самолеты <i>Sukhoi Superjet 100</i>	Ирландия, Казахстан, Мексика, Таиланд	Увеличение доли экспортных продаж самолетов до 60%
Сельскохозяйственная промышленность	ООО «КЗ «Ростсельмаш»»	Города Европы, Азии, Закавказья	Улучшение качества техники, разработка новых, уникальных технологий и увеличение экспортных поставок и выход на рынки Австралии, Алжира, Анголы, Сирии, ЮАР и Индии

почвы, посева, уборки и переработки урожая в страны Африканского региона [РЭЦ, Истории успеха, 2018].

Заключение

Анализ современного состояния и перспективная оценка развития российского экспортного сектора показали, что для гарантии осуществления данного прогноза необходимо выполнение следующих задач:

1) *сформировать конкурентоспособный экспортный сектор на уровне:*

- государства, т. е. способствовать открытости российской экономики (увеличение количества торговых отношений, соглашений о свободной торговле);
- отраслей экономики, т. е. увеличивать экспорт сельскохозяйственной и лесной продукции, а также транспортных и туристических услуг;
- предприятий, т. е. стимулировать развитие несырьевого неэнергетического экспорта (высокотехнологичные услуги, услуги ИКТ (телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги), наукоемкие и интеллектуальные услуги (инжиниринговые, образовательные услуги);
- производства товаров и услуг, т. е. стимулировать инновационное развитие (развивать сферу образования, повышать степень научно-технического развития); поддерживать традиционный наукоемкий высокотехнологичный экспорт России — продукцию и услуги оборонного, атомного и авиакосмического комплексов;

2) *усовершенствовать систему государственной поддержки национальных экспортеров:*

- определить задачу поддержки российского экспорта в качестве приоритетного направления экономической политики страны;
- способствовать созданию благоприятных условий для ведения экспортной деятельности (исключить институциональные, регуляторные, административные ограничения и барьеры в данной области);

- сфокусировать внимание на совершенствовании программ и мероприятий по развитию и поддержке экспорта;

- способствовать дальнейшему расширению деятельности Российского экспортного центра как основного инструмента по поддержке национальных экспортеров.

По мнению авторов, наиболее перспективная экспортная модель для современной России заключается в синергии высокой инвестиционной активности и экспортной ориентации национального производства, а именно, в расширении несырьевого экспорта и международной кооперации. Наиболее перспективным с этой точки зрения представляется экспорт услуг. По прогнозу ВАБТ (Всероссийская академия внешней торговли), который был составлен для Минэкономразвития России, к 2020 г. российский экспорт услуг должен достичь отметки в 100 млрд долл. В частности, около 40% такого прироста произойдет за счет продаж высокотехнологичных и интеллектуальных услуг, 24–25% придется на традиционные статьи торговли услугами, 17% — на транспортные услуги и туризм. Вклад в расширение экспорта прочих деловых и профессиональных услуг составит 18–19%.

Стратегия диверсификации экспорта, которую Россия осуществляет в последние годы, в частности, развитие высокотехнологичных услуг совместно с эффективной защитой прав интеллектуальной собственности, способствует совершенствованию в сфере инновационного производства. В свою очередь, экспортная стратегия, направленная не только на модернизацию топливно-сырьевой специализации, но и на увеличение доли в общем объеме экспорта конкурентоспособных несырьевых товаров и услуг, является залогом долгосрочного роста экономики России.

Список литературы

1. Годовой статистический отчет 2017 организации ОПЕК, 52 выпуск. URL: http://www.opec.org/opec_web/static_files_project/media/downloads/publications/ASB2017_13062017.pdf (дата обращения: 11.02.2018).

2. Греф назвал план Кудрина по экономическому развитию России «самым лучшим» // РИА Новости. Сетевое издание. 2017. URL: <https://ria.ru/economy/20171224/1511624759.html> (дата обращения: 15.02.2018).
3. Документ «Основные направления развития экспорта на период до 2030 года», Министерство экономического развития России, 2015. URL: http://export57.ru/files/Export/Osnovnyenapravlenija_osnovnye%20polozhenija_08122014.pdf (дата обращения: 13.04.2017).
4. Королева А. Россия резко нарастила несырьевой экспорт // Эксперт Онлайн. 2018. URL: <http://expert.ru/2018/01/17/eksport/>.
5. Кудрин А., Соколов И. Бюджетный маневр и структурная перестройка российской экономики // Вопросы экономики. 2017. №9. С. 5–27. URL: <https://akudrin.ru/uploads/attachments/file/16/kudrin9-17.pdf> (дата обращения: 11.04.2018).
6. Кузнецов Н. Г., Вовченко Н. Г., Епифанова Т. В. Развитие инновационно-ориентированных малых предприятий в условиях институциональных преобразований экономики региона // Современная конкуренция. 2018. №2 (68) — 3 (69). С. 61–72.
7. Международная торговля услугами: новые тенденции развития и регулирования, роль в интеграционных процессах / под ред. А. Н. Спартака. М.: БАВТ, 2016. — 320 с.
8. Международная торговля: вчера, сегодня, завтра / под ред. А. В. Шишкина. М.: РУСАЙНС, 2017. — 234 с.
9. Экспорт российской индустрии разработки программного обеспечения: 14-е ежегодное исследование. URL: http://www.russoft.ru/files/RUSSOFT_Survey_14.1_rus.pdf (дата обращения: 10.02.2018).
10. Послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию Российской Федерации от 1 марта 2018 г. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/56957> (дата обращения: 14.04.2018).
11. Российский экспортный центр. Истории успеха. URL: https://www.exportcenter.ru/company/success_stories/ (дата обращения: 28.01.2018).
12. Российский экспортный центр. Классификация экспортных товаров. URL: https://www.exportcenter.ru/international_markets/classification/ (дата обращения: 01.02.2018).
13. Спартак А. Н. Перспективные направления экспортной специализации России // Российских внешнеэкономический вестник. 2016. №4. С. 3–10.
14. Стратегия роста. Столыпинский клуб. 2017. URL: <http://stolypinsky.club/strategiya-rosta-3/> (дата обращения: 29.12.2017).
15. В 2017 г. объем несырьевого экспорта в стоимостном выражении вырос на 20% // Счетная палата Российской Федерации. 2018. URL: http://www.ach.gov.ru/press_center/news/32496 (дата обращения: 09.03.2018).
16. Фаляхов Р. Срулить с обочины — Сергей Глазьев: 12 шагов для экономического развития России. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2017/03/27/10595417.shtml> (дата обращения: 10.02.2018).
17. Федеральная таможенная служба России. Внешняя торговля Российской Федерации по основным странам за январь–декабрь 2016 г. URL: http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=24785:—2016—&catid=125:2011-02-04-16-01-54&Itemid= (дата обращения 10.01.2018).
18. Федеральная таможенная служба России. Товарная структура экспорта Российской Федерации со всеми странами за январь–май 2018 г. URL: http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=24932&Itemid=1978 (дата обращения: 13.07.2018).
19. Харченко В. Н. Методология развития конкурентных кластеров в сфере образования // Современная конкуренция. 2018. №2 (68) — 3 (69). С. 126–131.
20. Центр стратегических разработок. URL: <http://www.csr.ru> (дата обращения: 30.01.2018).
21. Центральный Банк Российской Федерации. URL: <http://cbr.ru> (дата обращения: 02.03.2018).
22. Шуйский В. П. Торговля услугами — перспективный сегмент международной торговли // Российских внешнеэкономический вестник. 2017. №. 10. С. 44–55.
23. World Trade Organization. Trade recovery expected in 2017 and 2018. URL: https://www.wto.org/english/news_e/pres17_e/pr791_e.htm (accessed: 02.02.2018).
24. UNCTAD. World investment report. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf (accessed: 12.02.2018).

References

1. Centr strategicheskikh razrabotok. Available at: <http://www.csr.ru> (accessed 30.01.2018).
2. Document «Osnovnye napravleniya razvitiya eksporta RF na period do 2030» [Main directions of Russian export development for the period up to 2030]. Ministry of Russian economic development, 2015. Available at: http://export57.ru/files/Export/Osnovnyenapravlenija_osnovnye%20polozhenija_08122014.pdf (accessed 13.04.2017).
3. Eksport rossijskoj industrii razrabotki programmogo obespichenija: 14-e ezhegodnoe issledovanie [Export of Russian software development industry]. Available at: http://www.russoft.ru/files/RUSSOFT_Survey_14.1_rus.pdf (accessed 10.02.2018).
4. Faljahov R. Sruilit's obochiny — Sergej Glaz'ev: 12 shagov dlja jekonomicheskogo razvitiya Rossii [Go from the curb — Sergey Glazev: the 12 steps for Russian economic development]. Available at: <https://www.gazeta.ru/business/2017/03/27/10595417.shtml> (accessed 10.02.2018).
5. Gref nazval plan Kudrina po jekonomicheskomu razvitiyu Rossii «samym luchshim» [Gref called Kudrin's plan of Russian economic development as «the best»]. RIA Novosti, 2017. Available at: <https://ria.ru/economy/20171224/1511624759.html> (accessed 15.02.2018).
6. Growth strategy. 28.02.2017. Stolypinskij klub. Available at: <http://stolypinsky.club/strategiya-rosta-3/> (accessed 29.12.2017).
7. Istории uspeha. Russian export center [Success stories]. Available at: https://www.exportcenter.ru/company/success_stories/ (accessed 28.01.2018).
8. Kharchenko V. The methodology of development of competitive clusters in the field of education. *Journal of Modern Competition*, 2018, Vol.12. No. 2 (68) — 3 (69), pp. 126–131 (in Russian, abstr. in English).
9. Klassifikacija jeksportnyh tovarov. Russian export center. [Classification of export goods]. Available at: https://www.exportcenter.ru/international_markets/classification/ (accessed 01.02.2018).
10. Koroleva A. Rossija rezko narastila nesyr'evoj eksport. // Expert Online [Russia has sharply increased non-oil

- exports]. 2018. Available at: <http://expert.ru/2018/01/17/eksport/> (accessed 10.03.2018).
11. Kudrin A., Sokolov I. Fiscal maneuver and restructuring the Russian economy // *Voprosy Ekonomiki*, 2017, no. 9, pp. 5–27. Available at: <https://akudrin.ru/uploads/attachments/file/16/kudrin9-17.pdf> (accessed 11.04.2018) (in Russian).
 12. Kuznetsov N., Vovchenko N., Epifanova T. Development of innovative small-scale enterprises in conditions of institutional transformations of the region's economy. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 2 (68)–3 (69), pp. 61–72. Available at: <http://www.moderncompetition.ru/general/upload/articles/p61-72.pdf> (accessed 13.07.2018) (in Russian, abstr. in English).
 13. *Mezhdunarodnaja trgovlja uslugami: novye tendencii razvitiia i regulirovaniia, rol' i integracionnyh processah* [International trade in services: new trends in development and regulation, role in integration processes] / ed. by A. N. Spartaka, Moscow, VAVT, Publ. 2016, 320 p.
 14. *Mezhdunarodnaja trgovlja: vchera, segodnja, zavtra* [International trade: yesterday, today, tomorrow] / ed. by A. V. Shishkin, Moscow, RUSAJNS, Publ. 2017, 234 p.
 15. Missive of Russian President to Russian Federal Assembly. 2018. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/56957> (accessed 11.02.2018).
 16. OPEC Statistical Bulletin 2017, 52 vypusk. Available at: http://www.opec.org/opec_web/static_files_project/media/downloads/publications/ASB2017_13062017.pdf (accessed 11.02.2018).
 17. Russian Central Bank. Available at: <http://cbr.ru> (accessed 02.03.2018).
 18. Russian Federal Customs Service. *Tovarnaja struktura eksporta Rossijskoj Federacii so vsemi stranami za janvar' — mai 2018 g.* [The commodity structure of Russian exports with all countries, January–December 2017]. Available at: http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=24932&Itemid=1978 (accessed 13.07.2018).
 19. Russian Federal Customs Service. *Vneshnjaja trgovlja Rossijskoj Federacii po osnovnym stranam za janvar' — dekabr' 2016 g.* [Foreign trade of the Russian Federation by major countries in January–December 2016]. Available at: http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=24785 -- 2016--&catid=125:2011-02-04-16-01-54&Itemid= (accessed 10.01.2018).
 20. Shujskij V. P. *Torgovlja uslugami — perspektivnyj segment mezhdunarodnoj trgovli* [Service trade is a promising segment of international trade]. *Rossijskijh vneshneekonomicheskij vestnik*, 2017, no. 10, pp. 44–55.
 21. Spartak A. N. Promising areas of Russia's participation in trade in services. *Rossijskijh vneshneekonomicheskij vestnik*, 2016, no. 4, pp. 3–10 (in Russian, abstr. in English).
 22. UNCTAD. World investment report. Available at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf (accessed: 12.02.2018).
 23. *V 2017 g. ob'em nesyr'evogo jeksporta v stoimostnom vyrazhenii vyros na 20%* [In 2017 the volume of non-commodity exports in value terms increased by 20%]. Accounts chamber of the Russian Federation. 2018. Available at: http://www.ach.gov.ru/press_center/news/32496 (accessed 09.03.2018).
 24. World Trade Organization. Trade recovery expected in 2017 and 2018. Available at: https://www.wto.org/english/news_e/pres17_e/pr791_e.htm (accessed: 02.02.2018).

E. Mazurova, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, mazurovae@me.com

K. Sycheva, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, skristina_2202@mail.ru

New directions of Russian export strategy

Nowadays a competent foreign trade policy has a great influence on achieving Russian economic sovereignty, national competitiveness and resilience to external challenges and risks. This paper considers Russian export strategy by analyzing state financial and non-financial support system of domestic exporters and the foresight of Russian export policy. It discusses the problem of export potential development. Namely, the article reveals new large stable areas of export specialization and draws special attention to non-primary non-energy exports. It analyzes the role of non-primary non-energy export sector in the overall structure of Russian exports of goods and services, identifies the most important industry export clusters to ensure the diversification of the export sector in the long term and proposes a step-by-step implementation method of new export directions. This paper also formulates a forecast of Russian export development based on promising companies activity. The authors conclude that an effective export strategy unites export state support system and competitive export sector, based on the modernization of fuel and raw materials specialization and the simultaneous development of non-energy non-energy exports.

Keywords: international trade, export strategy, export potential, state support, financial and non-financial instruments, non-primary non-energy exports, export of services, diversification.

About authors: E. Mazurova, *Dr of Economics, Professor*; K. Sycheva, *PG Student*

For citation: Mazurova E., Sycheva K. New directions of Russian export strategy. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6(72), pp. 63–80 (in Russian, abstr. in English).

Шпилев Д. А., генеральный директор ООО «ИНМАРКС», г. Рыбинск, dm-shpilev@yandex.ru

Никитская Е. Ф., докт. экон. наук, доцент, профессор кафедры национальной и региональной экономики ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», г. Москва, elena-nikitskaya@yandex.ru

Анализ конкурентного положения Ярославского региона в сфере формирования механизмов устойчивого развития территории

В данной статье рассматриваются вопросы конкурентного положения Ярославского региона при формировании механизмов устойчивого развития. Авторами предлагается метод исследования, основанный на оценке тенденций инновационно-инвестиционных составляющих, анализе социально-экономических показателей исследуемой территории и развитии кластерных инициатив. Анализ инновационной деятельности региона проводится по следующим параметрам: инновационное развитие и инвестиционный климат. Авторами представлены определяющие факторы процесса инновационной трансформации социально-экономического развития исследуемого объекта.

Ключевые слова: регион, устойчивое развитие, механизмы устойчивого развития, инновационная деятельность, Ярославская область.

Введение

В настоящее время проблемы устойчивого развития большинства российских регионов являются прерогативой интересов государственных органов. Система управления устойчивым развитием региона практически не развита, поскольку остаются неосмысленными вопросы методологического обоснования политики правительственных структур в области действующих стратегий и программ, а также факторов, определяющих эффективность самого процесса устойчивого развития и его инновационных составляющих.

На взгляд авторов, обеспечение устойчивого развития региона представляется результатом эффективного управления ресурсной составляющей, институциональной средой и инновационными процессами. Экономические ресурсы выступают в качестве базового фактора устойчивого развития. Благоприятная институциональная

среда способствует упорядочению механизмов взаимодействия структурных элементов региональной системы в направлении достижения целей развития региона. Инновационное сопровождение устойчивого развития заключается в поддержании заданной траектории развития через адаптацию социально-экономической системы к изменениям внешней и внутренней среды [5, с. 66].

Так, А. В. Дорохов считает, что устойчивое развитие региона «направлено на обеспечение превышения темпов роста региональной экономики над темпами роста затрат факторов, необходимых для ее функционирования и развития» [3, с. 22–28].

По мнению Н. Н. Киселевой, устойчивое развитие региона — это «управляемый процесс инновационного воспроизводства факторов производства и материальных благ за счет сбалансированного развития системообразующих элементов социально-экономической системы региона, обеспечивающего его социальный прогресс в условиях

нестабильной внутренней и внешней среды» [4, с. 25].

Определим устойчивое развитие региона как управляемый процесс качественных изменений региональной социально-экономической системы, при условии сбалансированного и взаимовыгодного функционирования существующих элементов системы (социального, экономического, экологического и институционального). Данные элементы обеспечивают социальный прогресс территории и ее эффективную адаптацию к изменению внешних и внутренних условий.

Особенности и тенденции развития инновационной экономики в Ярославской области

Существует достаточное количество исследований, посвященных проблемам региональной политики повышения конкурен-

тоспособности, а также вопросам оценки конкурентоспособности территории и обоснования моделей по определению конкурентных позиций. Необходимо отметить, что большинство работ ориентированы на поиск абсолютных показателей оценки конкурентоспособности регионов. Данный подход является вполне научно обоснованным и может быть использован при составлении различных государственных программ развития территорий.

Авторы статьи выдвигают идею относительно изучения прямой зависимости устойчивого развития региона с инновационным развитием территории, которая, в свою очередь, является необходимым условием для оценки конкурентоспособности. Стоит отметить, что предлагаемый подход к исследованию конкурентного положения региона не может в полной мере быть самостоятельным, он является частью и источником необ-

Таблица 1. Сводная таблица рейтингового положения Ярославской области среди других субъектов России по показателям за 2013–2015 гг.

Table 1. Consolidation table on the Yaroslavl region ranking among other territorial entities of the RF upon indicators for 2013–2015

Регионы	2013			2014			2015		
	ИР	ИК	СЭП	ИР	ИК	СЭП	ИР	ИК	СЭП
Республика Татарстан	2	5	5	1	7	4	1	5	5
г. Москва	1	2	1	2	2	1	2	12	1
г. Санкт-Петербург	4	3	2	3	3	2	3	2	2
Тамбовская область	29	10	50	27	11	42	25	10	42
Ростовская область	45	7	17	31	15	22	26	14	24
Алтайский край	34	52	43	30	51	45	27	49	46
Ярославская область	23	32	35	22	32	33	28	32	35
Ямало-Ненецкий автономный округ	36	50	7	26	49	6	29	48	6
Мурманская область	38	38	37	37	37	43	30	48	32
Иркутская область	37	20	26	33	22	27	31	22	25
Псковская область	79	63	72	76	61	69	83	60	74
Ненецкий автономный округ	78	61	47	80	61	51	84	69	47
Еврейская автономная область	81	79	80	83	81	82	85	81	84

Источник: составлено авторами на основе рейтинга инновационного развития субъектов Российской Федерации (ВШЭ); рейтинга инвестиционного климата субъектов Российской Федерации (ЭКСПЕРТ РА); рейтинга социально-экономического положения субъектов Российской Федерации (РИАРЕЙТИНГ).

ходимой информации для специфических методов исследования.

Среди регионов ЦФО Ярославская область позиционируется как регион, демонстрирующий стабильное положение в сфере социально-экономического и инновационного развития. Наличие ряда конкурентных преимуществ, среди которых развитый научно-образовательный потенциал, исторически сложившиеся высокотехнологичные отрасли промышленного производства и сформированный предпринимательский потенциал, свидетельствует о способности экономики региона к устойчивому развитию посредством инновационной трансформации имеющейся для этого ресурсной базы.

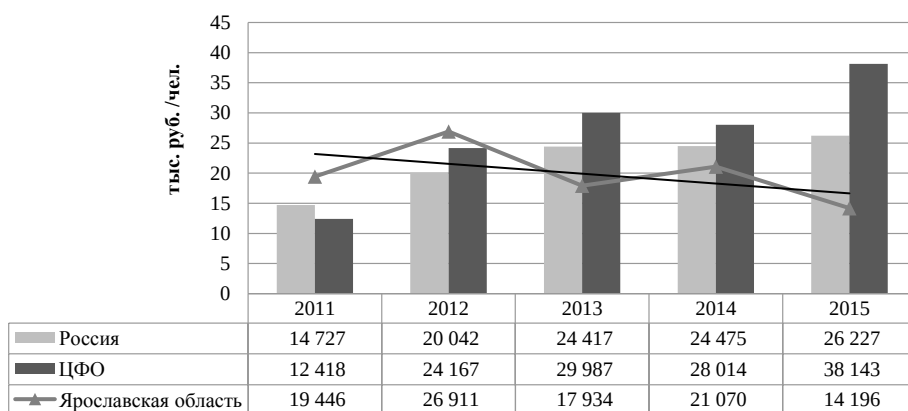
На основе полученных данных из различных рейтингов [7–9], характеризующих социально-экономическое, инновационное и инвестиционное развитие, можно утверждать, что Ярославская область находится в числе регионов, имеющих благоприятную рейтинговую позицию, определяющую ее (Ярославскую область) как стабильно развивающуюся (табл. 1; условные обо-

значения: ИР — инновационное развитие; ИК — инвестиционный климат; СЭП — социально-экономическое положение).

Для оценки положения Ярославской области среди других субъектов Российской Федерации за основу взят рейтинг инновационного развития субъектов России за 2015 г., который базируется на системе показателей, характеризующих социально-экономические условия инновационной деятельности, научно-технический потенциал, уровень инновационной активности, качество региональной инновационной политики. На основе полученных данных произведен анализ других показателей (инвестиционный климат, социально-экономическое положение) за 2013–2015 гг.

В рейтинге социально-экономического положения субъектов Российской Федерации Ярославская область занимает позиции выше среднего. На протяжении 2013–2015 гг. место в рейтинге варьируется в диапазоне 33–35.

В рейтинге инвестиционного климата субъектов Российской Федерации регион занимает стабильно 32 место и входит



Источник: рассчитано авторами по данным Росстата.

Рис. 1. Динамика объема инновационных товаров, работ, услуг на душу населения Ярославской области и в сравнении с Россией и ЦФО
За период 2011–2015 гг., руб.

Fig. 1. Dynamics of volume of innovative products, works, services per capita of the Yaroslavl region and as compared with Russia and Central Federal District for the period 2011–2015, rub.

в группу ЗВ1 — «пониженный потенциал, умеренный риск». Также Ярославский регион занимает ранг выше среднего и в рейтинге инновационного развития субъектов России. Так, в 2013–2014 гг. — 22 место, в 2015 г. — 28 место. Стоит отметить, что положение региона по показателю «инвестиционный климат» на протяжении анализируемого периода несколько хуже по сравнению с показателем «инновационное развитие». Таким образом, можно сказать, что Ярославская область входит в состав групп регионов со структурно сбалансированной и устойчиво ориентированной экономикой, позволяющей развивать ведущие отрасли промышленного производства региона в ракурсе инновационной политики.

Снижение инновационного рейтинга Ярославской области подтверждается статистическими данными Росстата. Для уточнения инновационных характеристик региона использованы два удельных показателя: объем инновационных товаров, работ, услуг на душу населения и доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме производства. На рисунке 1 при-

ведено сравнение указанных показателей Ярославской области с соответствующими показателями России и ЦФО за период 2011–2015 гг.

Из рисунка 1 видно, что в Ярославской области возникла негативная тенденция изменения удельного показателя объема инновационных товаров, работ, услуг, что, как следствие, отображается нисходящим линейным трендом. Такая тенденция сформировалась, несмотря на максимальный рост показателя в 2012 г. по сравнению с 2011 г. (с 19 446 руб./чел. до 26 911 руб./чел., или на 38,4%). В 2015 году произошел резкий спад показателя на 32,6% до уровня 14 196 руб./чел., что значительно ниже значения показателя по ЦФО и России в целом.

Доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме производства характеризует технологическую прогрессивность структуры экономики той или иной территории. Исходя из данных, представленных на рис. 2, можно утверждать, что наиболее благоприятный структурный рост инновационного производства в регионе пришелся на 2012 г. В результате разнонаправленного изменения показателя к 2015 г. Ярославская

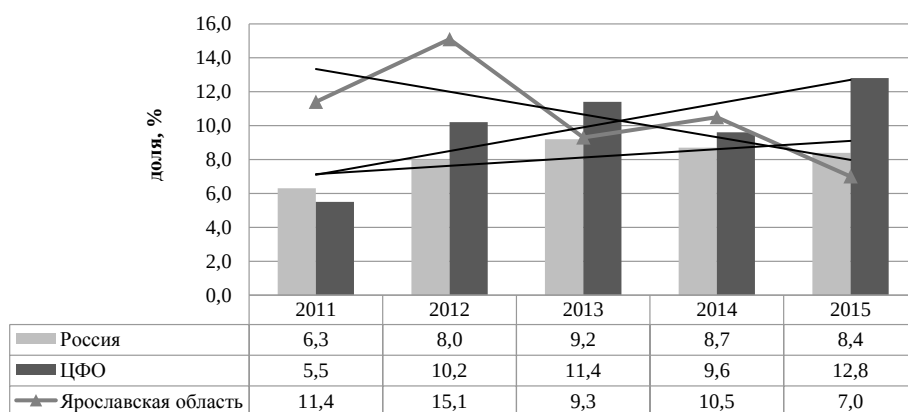


Рис. 2. Динамика доли инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме производства в Ярославской области в сравнении с Россией и ЦФО за период 2011–2015 гг.

Fig. 2. Dynamics of share of innovative products, works, services per capita of the Yaroslavl region and as compared with Russia and Central Federal District for the period 2011–2015

Источник: рассчитано авторами по данным Росстата.

область утратила динамизм в инновационном развитии, показав результаты хуже, чем в ЦФО и России — 7%, соответственно, против 12,8 и 8,4.

Таким образом, исходя из проведенного анализа, можно утверждать следующее:

- экономика Ярославской области располагает конкурентоспособной ресурсной базой (научно-образовательный потенциал, высокотехнологичные производственные отрасли, предпринимательский потенциал др.), определяющей регион как территорию, способную адаптироваться к устойчивому развитию;

- благоприятное положение Ярославской области среди других регионов ЦФО по показателям инновационного развития характеризует тот факт, что региональные власти определяют инновационное развитие региона как приоритетное и нацеленное на долгосрочную перспективу в рамках формирующегося процесса устойчивого развития.

Механизмы и направления инновационно устойчивого развития Ярославского региона

Одна из главных задач в деятельности регионального правительства — *стимулирование притока инвестиций на территорию области путем развития инвестиционной среды*. В настоящее время активно разрабатываются институциональные стороны данной проблемы:

- утверждена инвестиционная стратегия Ярославской области до 2025 г.;
- утвержден план создания инфраструктурных объектов в регионе;
- функционирует Совет по улучшению инвестиционного климата;
- расширены допустимые значения отклонения показателей при реализации инвестиционных проектов;
- находится в разработке областной закон о внесении изменений и дополнений в законы Ярославской области от 19 дека-

бря 2005 г. № 83-а «О государственном регулировании инвестиционной деятельности на территории Ярославской области» и от 15 октября 2003 г. № 45-з «О ставках налога на прибыль организаций» (в рамках реализации измененных положений Налогового кодекса Российской Федерации, предоставляющих регионам право снижать нагрузку по налогу на прибыль для производственных предприятий — участников региональных инвестиционных проектов);

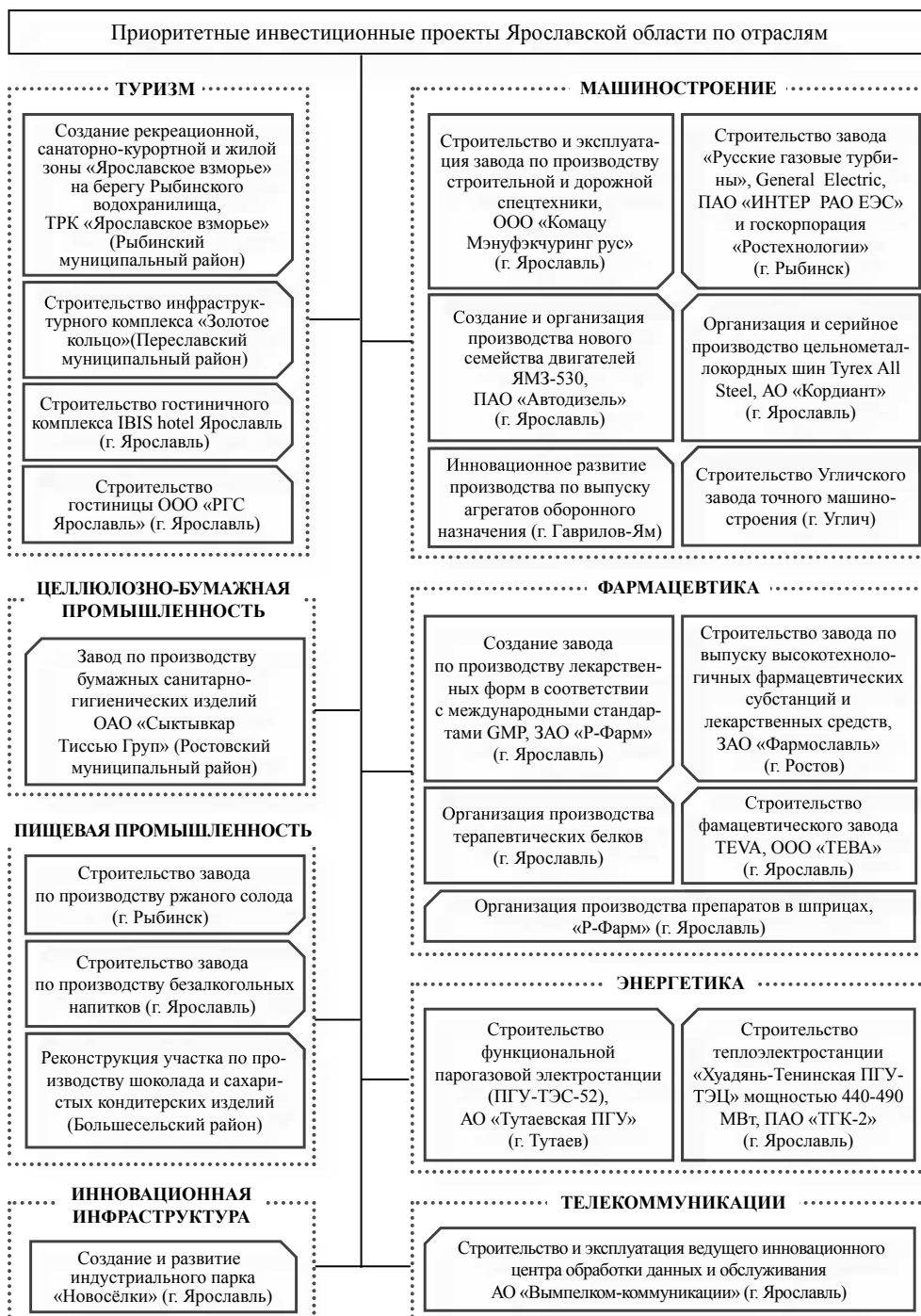
- реализуются механизмы стимулирования органов местного самоуправления к привлечению инвестиций:

- через увеличение норматива расходов на содержание муниципальных органов власти в результате перевыполнения плановых заданий по поступлению местных налогов;

- учет размера льгот по земельному налогу, предоставленных местным органам власти для участников инвестиционной деятельности, при определении размера дотаций из областного бюджета).

В регионе действует система государственной поддержки инвесторов — сформирован Перечень приоритетных инвестиционных проектов, которые получают поддержку правительства области в форме предоставления налоговых льгот. По состоянию на начало 2017 г. он включает 24 проекта с общим объемом инвестиций 58,1 млрд руб. (в 2015 г. включено семь новых проектов) [6]. В 2015 г. налоговые поступления в бюджет области по приоритетным проектам — 1,4 млрд руб., размер государственной поддержки из областного бюджета — 344,1 млн руб., создано 412 рабочих мест [10]. Инвестиционные проекты 2015–2016 гг. представлены на рис. 3.

Одно из ключевых направлений — развитие индустриального парка «Новосёлки», где расположены производства крупных резидентов — участников инвестиционных проектов: *Komatsu, AstronBuildings, «Вымпелком», Teva, Takeda*.



Источник: составлено авторами на основе [10].

Рис. 3. Приоритетные инвестиционные проекты Ярославской области

Fig. 3. Priority investment project sof the Yaroslavl region

Таблица 2. Кластерные инициативы Ярославской области

Table 2. Cluster initiatives of the Yaroslavl region

Наименование кластера/ муниципальные образования	Ядро кластера	Учебные и научные учреждения, входящие в кластер
Существующие региональные кластерные инициативы		
Кластер фармацевтической промышленности и инновационной медицины («Ассоциация современной фармацевтической промышленности и инновационной медицины Ярославской области»), г. Ярославль	АО «Р-Фарм», АО «Фармославль», АО ПЦ «ЭкоСтиль», ЗАО «ФИРМА «ВИТАФАРМА», ООО «НТФарма», ГП ЯО «Областная Фармация», АО «Межрегиональная клиника»	Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского, Ярославский государственный медицинский университет, учреждения среднего профессионального образования
Существующие региональные кластерные инициативы		
Кластер газотурбостроения и энергомашиностроения, г. Рыбинск	ПАО «ОДК-Сатурн», компания SnecmaMoteurs (SafranGroup), АО «ОДК– Газовые турбины», ООО «Русские газовые турбины», ЗАО «Турборус», ЗАО «СатИЗ» и другие; малые инновационные предприятия	Рыбинский государственный авиационный технологический университет им. П. А. Соловьева; учреждения среднего и начального профессионального образования
Кластер машиностроения и автокомпонентов, г. Ярославль, г. Рыбинск, Тутаевский МР, Гаврилов-Ямский МР	ПАО «Автодизель», ООО «Спецдизельсервис», ПАО «ТМЗ», <i>Komatsu</i> (Япония); АО ГМЗ «Агат», АО «Рыбинский завод приборостроения», ООО «ТИИР», ПАО «Фритекс», ЗАО «Маркон»	ЯГТУ; учреждения среднего и начального профессионального образования, инжиниринговые компании (<i>AVL List</i> (Австрия))
Туристско-рекреационный кластер, г. Ярославль, г. Переславль-Залесский, г. Рыбинск, Угличский МР, Ростовский МР, Мышкинский МР, Тутаевский МР и другие районные центры	Туристические услуги в городах «Золотого кольца России»: Ростове, Ярославле, Переславле-Залесском и Угличе; инвестиционные проекты, в том числе: ТРК «Ярославское взморье» (Рыбинский район), ТРК «Золотое кольцо» (Переславский район), историко-культурный комплекс «Вятское» (Некрасовский район)	ЯрГУ им. П. Г. Демидова, ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, учреждения среднего профессионального образования
Потенциальные кластеры		
Кластер логистики и транспорта	Аэропорт «Туношна», РЖД Северная железная дорога, Ярославский речной порт	ЯГТУ, ЯрГУ им. П. Г. Демидова, учреждения среднего профессионального образования
Кластер агропромышленного комплекса	ОАО «Волжанин», АО «Ярославский бройлер», Угличская птицефабрика	Ярославская государственная сельскохозяйственная академия и др.
Кластер информационных технологий	ПАО «Вымпелком-коммуникации»	ЯГТУ, ЯрГУ им. П. Г. Демидова и др.

Источник: составлено авторами с использованием [6].

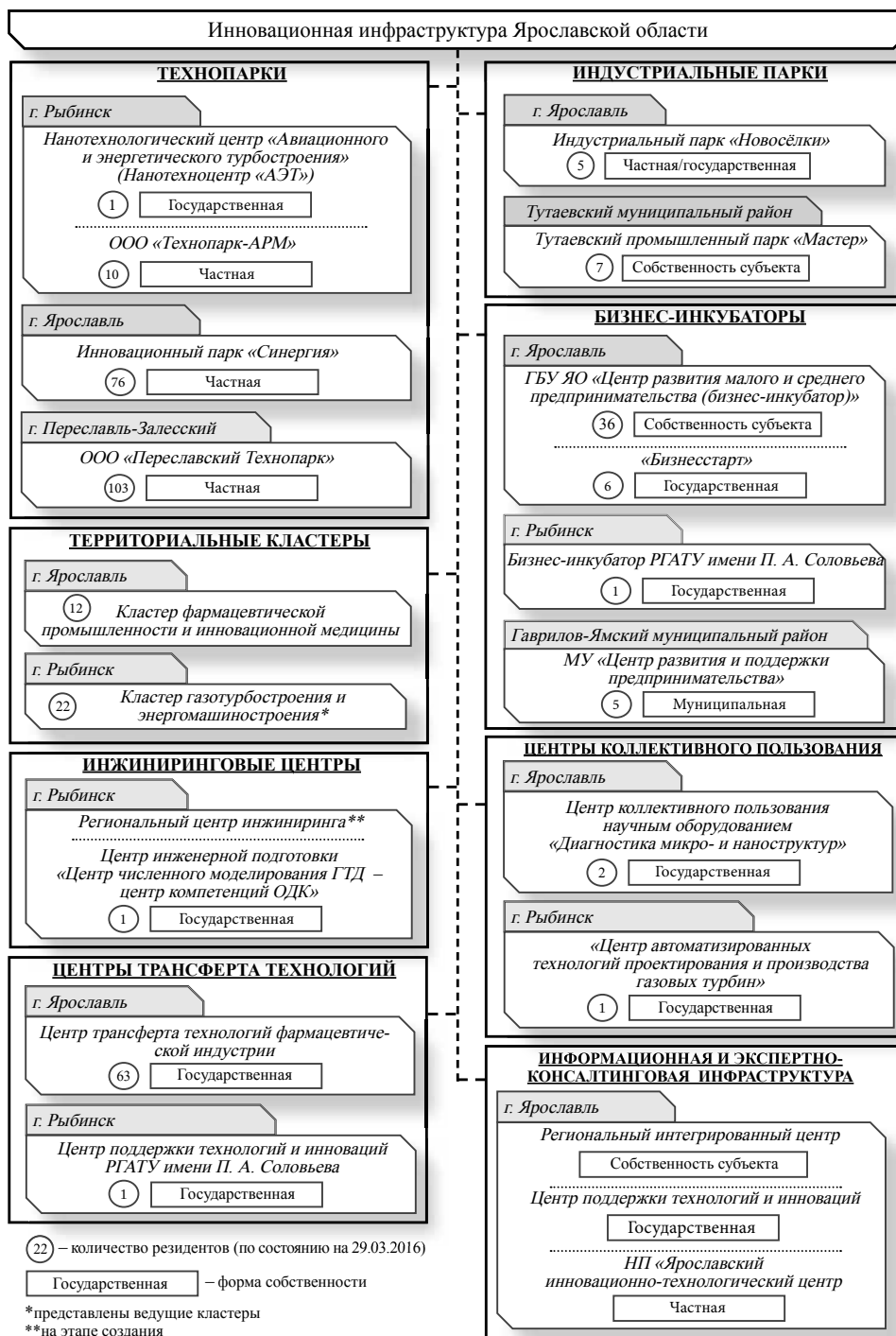


Рис. 4. Инновационная инфраструктура Ярославской области

Fig. 4. Innovative infrastructure of the Yaroslavl region

Источник: составлено авторами на основе [6].

В 2017 г. на территории муниципального образования — городского поселения Тутаев создана территория опережающего социально-экономического развития «Тутаев» (далее — ТОР «Тутаев»).

В настоящее время определены границы ТОР «Тутаев», виды экономической деятельности, при которых на этой территории действует особый правовой режим предпринимательской деятельности, минимальный объем капитальных вложений резидентов, минимальное количество новых постоянных рабочих мест.

Правительством Ярославской области подписаны рамочные соглашения с инвесторами о реализации трех инвестиционных проектов.

В рамках проектов планируются создание производства дизель-генераторов большой мощности, производства резинотехнических и полимерных изделий, организация швейного производства.

Создание ТОР «Тутаев» позволит диверсифицировать экономику моногорода, снизить зависимость от градообразующего предприятия — ПАО «Тутаевский моторный завод», повысить инвестиционную привлекательность территории города, создать более 1400 постоянных рабочих мест, привлечь инвестиции в объеме более 5,7 млрд руб.

Актуализация региональных кластерных инициатив, реализация которых направлена на создание «новой» экономики на базе существующих традиционных отраслей, является еще одним направлением инновационного развития исследуемого региона (табл. 2).

В многочисленных исследованиях, посвященных проблемам создания и функционирования кластеров, не раз описывались положительные эффекты от их работы. Главные из них — преимущества, получаемые сторонами, сотрудничающими в рамках кластера, а именно:

1) для местных администраций — увеличение налогооблагаемой базы и числа на-

логоплательщиков, появление инструментов взаимодействия с бизнесом, оснований для диверсификации экономики;

2) для университетов — возможность адаптации к интересам бизнеса в плане подготовки специалистов с нужными профессиональными компетенциями и развития научных школ, деятельность которых востребована кластером;

3) для бизнеса — снижение издержек производства и барьеров входа на рынок, возможность получения крупных заказов на условиях аутсорсинга, получение дополнительного эффекта при организованном обучении персонала, развитие собственного имиджа за счет имиджа крупных компаний кластера.

Представленность в структуре кластеров различных участников является немаловажным преимуществом: крупные промышленные предприятия с числом сотрудников более десяти тысяч человек (ПАО «НПО «Сатурн») и предприятия среднего и малого бизнеса, государственные учебные заведения, инфраструктурные объекты различных видов (центры трансферта технологий, технопарки, бизнес-инкубаторы, промышленные парки, центры коллективного пользования, инженеринговый центр (рис. 4)).

Стоит отметить, что ГК «Ростех» планирует вложить в развитие производства рыббинского предприятия ПАО «ОДК-Сатурн» 7 млрд руб. в рамках проекта «Умная фабрика». Испытательный полигон для отработки инновационных производственных технологий станет площадкой по воплощению российских идей и наработок «Индустрии 4.0» в условиях реального производства. «Умная фабрика» объединит усилия разработчиков и производителей, что невозможно в модели технопарка, где лабораторные и экспериментальные разработки изолированы от производства. Решения отечественных программистов, конструкторов и инженеров будут применяться для изготовления сложных деталей. По словам директора

по инновационному развитию ПАО «ОДК-Сатурн» Дмитрия Иванова, в первые три года на полигоне будут доведены до промышленного использования около 20 ключевых технологий. Стоимость испытания и внедрения в производство одного пилотного проекта будет составлять от двух до пяти миллионов рублей. В случае успешных испытаний предприятие планирует рассматривать варианты по покупке этих технологических решений для внедрения их в основное производство.

Заключение

Органы власти Ярославской области в целях активизации деятельности в области устойчивого развития ориентированы в большей степени на решение одной из ключевых задач: реализацию отдельными хозяйствующими субъектами инновационных направлений и форм развития бизнеса.

Создание сетевых форм организации бизнеса, которыми являются региональные инновационно ориентированные кластеры, необходимо Ярославскому региону, чтобы обеспечить экономике области долгосрочную конкурентоспособность и устойчивое развитие.

Инновационно активные предприятия и инфраструктура также сосредоточены в развитых городах области, притягивающих инвестиции, в то же время муниципальные районы Ярославской области переживают упадок по всем направлениям. Путь инновационного развития региона характеризуется широким внедрением заимствованных технологий. В целом отметим, что в регионе формируется благоприятная среда для модернизации промышленного производства на новой основе, привлечения инвестирования, формирования механизмов государственной поддержки малых инновационных предприятий. В целях избегания опасности стагнации данного процесса рекомендуется, помимо производственных,

развитие маркетинговых и организационных инноваций.

Реализация целей устойчивого развития Ярославской области возможна в случае осуществлении органами государственного управления действий, направленных на достижение следующих задач:

- активизации инновационной деятельности промышленных предприятий с целью создания новой конкурентоспособной продукции;
- использования научного потенциала организаций высшего образования при диверсификации отраслей экономики;
- создания комплексных стратегически ориентированных и конкурентоспособных программ развития территорий в интересах обеспечения перехода от целей устойчивого развития к формированию ориентиров, нацеленных на позиции цифровой экономики.

В случае перехода от существующей модели управления к конкурентоспособной политике в области устойчивого развития органам государственного управления Ярославской области предлагается следующая система целевых установок:

1. Взаимодействие органов местного самоуправления с представителями бизнес-сообщества и науки.
2. Трансформации модели под конкретные изменения в социально-экономическом развитии, которые возникают с течением времени.

Таким образом, предполагается, что развитие социально-экономической системы территории активизирует инновационный потенциал промышленных предприятий в рамках институциональных преобразований различных сфер жизнедеятельности территории. Все это спровоцирует развитие наукоемких отраслей, широкое внедрение новшеств, эффективное использование имеющихся ресурсов, реализация которых требует применения новых методов и технологий, направленных на достижение высокого качества жизни населения.

Список литературы

1. Постановление администрации Ярославской области от 27 марта 2006 г. № 48-а «Об утверждении перечня приоритетных инвестиционных проектов Ярославской области» (с изменениями на 26.08.2016). URL: <http://docs.cntd.ru/document/473006303>.
2. Указ губернатора Ярославской области от 30 сентября 2016 г. № 500 «Об основных направлениях бюджетной и налоговой политики Ярославской области на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» // Ярославская областная дума. URL: duma.yar.ru/files/Bills/2016/zp164043/zp164043.
3. Дорохов А. В. К вопросу о сущности эффективной региональной политики // Вопросы теории и практики управления. 2010. № 7. С. 22–28.
4. Звягинцева О. П., Царьков Д. А. Экономико-математическая модель по определению конкурентоспособности региона: описание, обоснование, уникальность // Современная конкуренция. 2012. Т. 6. № 4 (34). С. 100–104.
5. Киселева Н. Н. Устойчивое развитие социально-экономической системы региона: методология исследования, модели, управление: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. Ростов-на-Дону, 2008. С. 25.
6. Парадигма управления социально-экономическим развитием регионов России: коллективная научная монография / М. В. Васильева, Т. В. Владимирова, Е. В. Романенко, В. П. Часовской, под общ. ред. М. В. Васильевой // АНО содействия развитию современной отечественной науки Издательский дом «Научное обозрение». М.: Планета, 2013. С. 66–68.
7. Портал органов государственной власти Ярославской области. URL: yarregion.ru.
8. Рейтинг инновационного развития субъектов РФ Высшей школы экономики. URL: <https://www.hse.ru/primarydata/rir2017>.
9. Рейтинг инвестиционного климата субъектов Российской Федерации (ЭКСПЕРТ РА). URL: <https://raexpert.ru/ratings/regions>.
10. Рейтинг социально-экономического положения субъектов Российской Федерации (РИАРЕЙТИНГ). URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/rating_regions_2016.pdf.
11. Харисова Р. Р., Литвин И. Ю., Акмалов Р. Р. Оценка конкурентоспособности региональных инновационных продуктов на основе метода анализа иерархий // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 3 (63). С. 17–24.
12. Хасанов Р. Х. Региональная политика повышения конкурентоспособности: теория и международный опыт // Современная конкуренция. 2014. Т. 8. № 4 (46). С. 93–100.
13. Ярославский инвестиционный портал. URL: yarinvestportal.ru.
14. The Basque Declaration: New Pathways for European Cities and Towns to create productive, sustainable and resilient cities for a liveable and inclusive Europe. URL: www.sustainablecities.eu.
15. The Local Agenda 21 Planning Guide by International Council for Local Environmental Initiatives. ICLEI; IDRC. URL: http://www.democratsagainstunagenda21.com/uploads/4/4/6/6/4466371/iclei.local-agenda-21.planning_guide.pdf.

References

1. Resolution of the administration of the Yaroslavl region «About the approval of the list of priority investment projects of the Yaroslavl region» of March 27, 2006, no. 48-a (as amended on 26.08.2016). Available at: <http://docs.cntd.ru/document/473006303> (in Russian, abstr. in English).
2. Decree of the Governor of the Yaroslavl region «On the main directions of the budget and tax policy of the Yaroslavl region for 2017 and the planning period of 2018 and 2019» of September 30, 2016, no. 500 Available at: duma.yar.ru/files/Bills/2016/zp164043/zp164043 (in Russian, abstr. in English).
3. Dorohov A. V. *K voprosu o sushchnosti ehffektivnoy regional'noy politiki* [Revising the issue of the effective regional policy essence]. *Voprosy teorii i praktiki upravleniya*, 2010, no. 7, pp. 22–28.
4. Zvyaginceva O. P., Tsar'kov D. A. *Ehkonomiko-matematicheskaya model' po opredeleniyu konkurentosposobnosti regiona: opisaniye, obosnovaniye, ynikal'nost'* [Economic and mathematical model to determine the competitiveness of the region: description, justification, uniqueness]. *Journal of Modern Competition*, 2012, vol. 6, no. 4 (34), pp. 100–104.
5. Kiseleva N. N. *Ustojchivoe razvitie socialno-ehkonomicheskoy sistemy regiona: metodologiya issledovaniya, modeli, upravlenie*. Diss. dokt. econ. nauk [Social and economic system sustainable development of the region: research methodology, patterns, management. Dr. econ. sci. diss.]. Rostov-on-Don, 2008, pp. 25.
6. *Paradigma upravleniya socialno-ehkonomicheskim razvitiem regionov Rossii* [Paradigm of social and economic development of Russian regions]: kolektivnayanauchnayamonografiya / M. V. Vasileva, T. V. Vladimirova, E. V. Romanenko, V. P. Chasovskoj, pod obshch. red. M. V. Vasilevoj. *ANO sodejstviya razvitiyu sovremennoj otechestvennoj nauki Izdatelskijdom «Nauchnoe obozrenie»*. Moscow, Planeta, 2013, pp. 66–68.
7. *Portal organov gosudarstvennoj vlasti Yaroslavskoj oblasti* [Public authorities portal of the Yaroslavl region]. Available at: yarregion.ru.
8. *Rejting innovacionnogo razvitiya subektov RF Vyshej shkoly ehkonomiki*: [Innovative development rating of territorial entities of the RF by Higher School of Economics]. Available at: <https://www.hse.ru/primarydata/rir2017>.
9. *Rejting investicionnogo klimata subektov Rossijskoj Federacii (EHKSPERT RA)* [Investment climate rating of territorial entities of the RF (EXPERT RA)]. Available at: <https://raexpert.ru/ratings/regions>.
10. *Rejting socialno-ehkonomicheskogo polozheniya subektov Rossijskoj Federacii (RIAREJTING)*. [Social and economic position rating of territorial entities of the RF (RIARATING)]. Available at: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/rating_regions_2016.pdf.
11. Harisova R. R., Litvin I. Y. Akmalov R. R. *Ocenka konkurentosposobnosti regional'nyh innovacionnyh produktov na osnove metoda analiza iyerarhij* [Assessment of competitiveness of regional innovative products on the basis of hierarchy analysis method]. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 3(63), pp. 17–24.

12. Hasanov R. X. *Regional'naya politika povusheniya konkurentosposobnosti: teoriya i megdynarodnuy oput* [Regional competitiveness policy: theory and international experience]. *Journal of Modern Competition*, 2014, vol. 8, no. 4(46), pp. 93–100.
13. *Yaroslavskij investicionnyj portal* [Yaroslavl investment portal]. Available at: yarinvestportal.ru.
14. The Basque Declaration: New Pathways for European Cities and Towns to create productive, sustainable and resilient cities for aliveable and inclusive Europe. Available at: www.sustainablecities.eu.
15. The Local Agenda 21 Planning Guide by International Council for Local Environmental Initiatives / ICLEI; IDRC. Available at: http://www.democratsagainstunagenda21.com/uploads/4/4/6/6/4466371/iclei.local-agenda-21.planning_guide.pdf.

D. Shpilev, LLC INMARKS, Rybinsk, Russia, shpilev@yandex.ru

E. Nikitskaya, Department of National and regional economy, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia, elena-nikitskaya@yandex.ru

Competitive positions analysis of the Yaroslavl region in the sphere of mechanisms formation for sustainable development in the conditions of innovative transformation of the territory

Competitive positions issues of the Yaroslavl region when forming mechanisms of sustainable development are considered. Innovative activities analysis of the region is carried out. Core drivers for innovative transformation process of social and economic development of the studied object are put forward.

The economy of the Yaroslavl region has a competitive resource base (scientific and educational potential, high-tech manufacturing industries, entrepreneurial potential, etc.), which defines the region as a territory capable of adapting to sustainable development.

The favorable position of the Yaroslavl region among other regions of the Central Federal district in terms of innovative development is characterized by the fact that the regional authorities determine the innovative development of the region as a priority and aimed at long-term prospects within the emerging process of sustainable development. The authorities of the Yaroslavl region in order to enhance activities in the field of sustainable development are focused more on the solution of one of the key tasks: the implementation of individual economic entities of innovative directions and forms of business development.

The creation of network forms of business organization, which are regional innovation-oriented clusters, is necessary for the Yaroslavl region in terms of its ability to provide the regions economy with long-term competitiveness and sustainable development. Innovative active enterprises and infrastructure are concentrated in the developed cities of the region, attracting investments, at the same time, the municipal districts of the Yaroslavl region are experiencing a decline in all directions.

The way of innovative development of the region is characterized by the wide introduction of borrowed technologies. In general, the region is forming a favorable environment for the modernization of industrial production on a new basis, attracting investment, the formation of mechanisms of state support for small innovative enterprises. In order to avoid the risk of stagnation of this process, it is recommended, in addition to production, the development of marketing and organizational innovations.

Keywords: region, sustainable development, sustainable development mechanisms, innovative activities, the Yaroslavl region.

About authors:

D. Shpilev, *CEO*; E. Nikitskaya, *Dr of Economics, Associate Professor*

For citation:

Shpilev D., Nikitskaya E. Competitive positions analysis of the Yaroslavl region in the sphere of mechanisms formation for sustainable development in the conditions of innovative transformation of the territory. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 81–92 (in Russian, abstr. in English).

Якунин С. В., доцент, профессор Саратовского социально-экономического института РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Саратов, ysw@yandex.ru

Структура банковского сектора России: вчера, сегодня, завтра

В данной статье проводится анализ структуры формирования банковского сектора России. Автором рассматривается, как и каким образом специфическая олигопольная структура повлияла на формирование современной структуры банковского сектора. Показаны причины, по которым экономика в период кризиса требует выявления той доли рынков, которые находятся в состоянии молчаливого сговора. Рассмотрены особенности становления банковских систем Китая и России, переход к секторальному принципу обслуживания клиентов государственными банками. Выявлено, что, обеспечивая стабильность банковской системы страны, государство тем самым обеспечивает условия доминирования крупных государственных банков и переход к секторальному обслуживанию экономики. Отмечено, что при ужесточении регулятивных требований существует высокий риск перехода небольших участников банковского рынка в «теневой» сектор.

Ключевые слова: банк, конкуренция, олигополия, монополия, государство, структура затрат, риски.

Введение

Современные исследователи отмечают, что монополия и конкуренция, промышленная политика и конкурентная политика в разные временные периоды становились приоритетами экономической стратегии развития России. В последние 10 лет в экономике России стала наблюдаться активная тенденция к росту концентрации и монополизации рынков [Князева, 2016].

В настоящее время отмечается рост доли государства в банковском секторе экономики. На начало 2018 г. доля государства в банковской системе в апреле выросла и составила более 70% [URL: <https://www.acra-ratings.ru/about/articles/317>]. Эта доля стала самой высокой среди долей всех рыночных отраслей России. В современных условиях государственные банки становятся владельцами фирм в других секторах экономики, что ведет к автоматическому увеличению доли государства в экономике страны. В 2011 году автором отмечалось, что предпринимаемые меры по преодолению кризиса в России способствовали ужесточению олигопольной

структуры рынка и формированию рентоориентированного экономического поведения банками. Признавая важность экономической роли государства в снижении трансакционных издержек, следует иметь в виду, что как рынок, так и государство, не являясь по отдельности совершенными институтами, лишь путем взаимодействия могут обеспечивать снижение трансакционных издержек и повышать эффективность деятельности институтов, действующих на финансовом рынке. Задача экономической науки состоит в том, чтобы понять и найти оптимальное соотношение государства и рынка для любого периода времени, характеризующегося теми или иными особенностями внешней и внутренней среды [Якунин, 2011].

Причины возникновения современной структуры банковского рынка России

Увеличение доли государства в банковской системе было отмечено еще восемь лет назад [Якунин, 2011]. Основные причины, которые привели к увеличению доли го-

сударства в тот период времени, заключались в формировании специфической олигопольной структуры банковского рынка путем осуществления избирательного оказания помощи участникам банковского сектора со стороны государства. Специфическая структура банковского олигопольного рынка России отличалась от структур банковских систем в других странах. Эта особенность заключалась в том, что, с одной стороны, банки, принадлежащие государству, искали кооперативное решение (олигополия со сговором), с другой стороны, остальные банки ориентировались на действия конкурентов, прежде всего на банки с государственным участием (олигополия без сговора). Поведение государственных банков оказывало влияние на других участников рынка. Государство способствовало зарождению и развитию двойной конкуренции на рынке банковских услуг, т.е. одновременно конкуренции как на рынке ресурсов (депозитов), так и на рынке, где данные ресурсы размещаются (кредитов). Следовательно, «приближенность» банка к государству стала выступать главным дополнительным фактором, оказывающим влияние на его деятельность.

Несмотря на то, что доля банков с государственным участием была семь лет назад ниже, чем в настоящее время, они также «отбирали» прибыль у банков, не являющихся государственными. Общая прибыль за 2010 г. составила 575 млрд руб. Доля банков с государственным участием в общей прибыли банков за 2010 г. составила 71%. Прибыль банковского сектора по итогам 2017 г. составила 790 млрд руб. Более 80% прибыли банковского сектора за 2017 г. приходится на Сбербанк.

Как и в 2011 г., так и в современных условиях введения санкций со стороны западных стран, исследуя формирующуюся структуру банковского рынка, считаем актуальным использовать результаты исследования, проведенного С. Авдашевой, А. Шаститко. Они выявили, что экономике, находя-

щейся в периоде кризиса, важно, что чем большая доля рынков находится в состоянии молчаливого сговора, тем жестче цены в сторону понижения, тем более эластично совокупное предложение в условиях спада. Кризис оказывает нетривиальное воздействие и на распределение усилий компаний между повышением эффективности использования ресурсов и поиском ренты. Для участников рынка сравнительные выигрыши от рентоориентированного поведения растут, и поэтому в период кризиса объективно возрастает вероятность принятия новых норм, ограничивающих конкуренцию (обычно мотивируемых целью защиты отечественных производителей) [Авдашева, Шаститко, 2008]. Таким образом, чем слабее конкуренция, тем медленнее снижаются цены. С точки зрения макроэкономического равновесия это означает неэластичность совокупного предложения при повышении спроса и эластичность — при его снижении, а как следствие — ускоренное падение выпуска по сравнению с уровнем цен в ответ на уменьшение совокупного спроса. Для экономики, находящейся в фазе кризиса, важно, что чем большая доля рынков пребывает в состоянии молчаливого сговора, тем ниже эластичность цен в сторону понижения, тем более эластично совокупное предложение в условиях спада. Это, в свою очередь, отрицательно влияет на реальный ВВП и уровень занятости [Шаститко, Авдашева, Голованова, 2009]. Мегарегулятор также отмечает, что олигопольная структура рынка создает риски доступности финансовых услуг для населения, может приводить к снижению их качества, повышению тарифов, ослаблению стимулов к внедрению инновационных решений [URL: <https://www.vedomosti.ru/amp/ccca9c6d6e/finance/news/2018/09/06/780162-kostin-predlozhi-smiyagchit-trebovaniya>].

Особенно это касается компаний, которые по разным причинам относят к системообразующим, что является частным случаем принципа «слишком большой, чтобы лоп-

нуть». Теоретические выводы находят свое подтверждение и в настоящее время, так, рост участия государства в банковской системе в 2017 г. происходил за счет передачи в Фонд консолидации банковского сектора (ФКБС) трех крупнейших частных банков: «ФК Открытие», Промсвязьбанк и Бинбанк с учетом saniруемых ими или принадлежащих им банков. В конце апреля Азиатско-Тихоокеанский банк (АТБ) был передан Фонду консолидации банковского сектора (ФКБС). Функции временной администрации возложены на Управляющую компанию ФКБС, мораторий на удовлетворение требований кредиторов не вводится. В это же время Банк России становится владельцем свыше 99,99% акций saniруемого Автовазбанка (АВБ). Таким образом, огосударствление банковского сектора происходит и в результате введения нового механизма санации.

Автор считает, что новая схема санации банков отвечает общей цели государственного регулирования экономики — обеспечение социально-экономической стабильности в обществе. Государство как субъект рыночной экономики заинтересовано в нормальном функционировании банковских институтов и принимает для этого все возможные меры. Однако, стремясь обеспечить социально-экономическую стабильность общества, через стабильность банковской системы страны государство тем самым не просто обеспечивает условия доминирования крупных банков и банковских групп, а формирует практически одноуровневую банковскую систему, концентрируя таким образом риски в данных кредитных институтах.

Автор согласен с рассуждениями о том, что если подходить к вопросу с позиции теории отраслевых рынков, то олигополистическая структура, сложившаяся на федеральном уровне во всем банковском секторе, не отражает конкурентного напряжения частных банков на региональных рынках. О наличии конкурентного напряжения свидетельствуют следующие факторы: расши-

рение ассортимента банковских услуг; реклама и маркетинговые акции банков; использование всего репертуара банковского стратегического менеджмента (стратегии низких издержек, стратегии дифференциации и стратегии фокусирования). Банк России в аналитическом докладе «Конкуренция на финансовом рынке», подготовленном совместно с ФАС, отмечает, что на российском рынке не осталось регионов, в которых развитие конкуренции возможно без дополнительных внешних воздействий [URL: http://www.cbr.ru/StaticHtml/File/41186/20180607_report.pdf].

К внешним воздействиям относим и регулятивные требования со стороны мегарегулятора. Например, усилению конкуренции должны способствовать технологии биометрической идентификации, маркетплейс, развитие безналичных платежей и удаленных каналов банковского обслуживания. Однако стоимость внедрения данных технологий увеличивает разрыв в возможностях их применения в региональных банках и банках, функционирующих на федеральном уровне.

Особенности формирования китайского и российского банковского сектора

Исследователи отмечают, что выбор Китая был вызван тем, что в стране отчетливо различимы три основных уровня системы — крупнейшие государственные банки, акционерные коммерческие банки и все остальные коммерческие банки [URL: <http://institutiones.com/general/2588-sravnitelnyj-analiz-rossijskoj-kitajskoj-modelej-bankovskix-sistem.html>]. Автор считает, что в настоящее время в России, несмотря на разделение банков, имеющих универсальную и базовую лицензию, начинает формироваться секторальный (отраслевой) принцип обслуживания клиентов банками с государственным участием. Исследование структуры банковского сектора Китая показало,

что государственные банки осуществляют доминирование по принципу секторального распределения клиентов. Однако, несмотря на их доминирование, в Китае происходит гармоничное сосуществование государственных банков с коммерческими частными банками. Поэтому считаем, что необходимо сравнить этапы становления, развития и особенности перехода банковского сектора к рыночной экономике в Китае и в России.

Широкомасштабная финансовая реформа, проводимая в прошлом веке в Китае, позволила достичь более эффективного распределения ресурсов в экономике. В рамках данной реформы по модернизации социально-экономических отношений в конце 1970-х гг. было принято решение о создании специализированных банков по основным отраслям народного хозяйства, с одновременным ограничением деятельности в сфере внешнеторговых операций Народного банка Китая. Учрежденная в этот период «большая четверка» банков образовала нынешнюю основу банковской системы.

Таким образом, секторальный принцип обслуживания клиентов был успешно реализован в Китае, который, взяв на вооружение опыт СССР, сформировал «четверку» государственных банков. Данная группа является крупнейшей в мире по активам на 15 января 2018 г.: Промышленно-торговый банк Китая (*Industrial & Commercial Bank of China*), Строительный банк Китая (*China Construction Bank*), Банк Китая (*Bank of China*) и Сельскохозяйственный банк Китая (*Agricultural Bank of China*). Банки «большой четверки» контролируют около 60% китайского рынка. Государственная политика Китая привела к тому, что финансовые активы банков Поднебесной составляют 470% от ВВП. Основу банковской системы Китая составляют государственные коммерческие банки, среди которых лидируют банки «большой четверки».

В России в 1991 г. была начата массовая кампания по перерегистрации банков в акционерные общества. На 1 апреля 1992 г. было

зарегистрировано 1414 банков. Особенность заключается в том, что 55% из них были созданы на базе отделений спецбанков. Произошел отказ от секторального обслуживания клиентов. Однако «вновь» созданные банки оказались не способными кредитовать крупные проекты, так как имели небольшой размер капитала по сравнению со спецбанками. Из спецбанков только Сбербанк не подвергся децентрализации. Это позволило ему сохранить филиальную сеть по всей стране и стать «стержневым» банком для населения.

В настоящее время действуют новые механизмы финансового оздоровления, регулирующие Федеральным законом от 1 мая 2017 г. № 84-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Основная цель, которая преследуется внедрением нового механизма санации, заключается в использовании меньшего количества денег на санацию и достижение большего контроля. В результате ЦБ РФ контролирует и банки-санаторы, и санлируемые банки. Считаем, что банковский надзор в России в настоящее время переживает революционные изменения. На смену кредитному механизму санации банков пришел капитальный, проводимый под эгидой ЦБ. Это привело к «тектоническим» изменениям в самой структуре банковской системы страны. В результате нового механизма санации, результатом которого стало присоединение топ-банков к ЦБ РФ, данный орган начал выполнять функции, свойственные коммерческим банкам, т.е. кредитование конечного потребителя.

Другой точкой реформы является введение пропорционального регулирования. Пропорциональное регулирование банковского сектора вводится Федеральным законом от 1 мая 2017 г. № 92-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Сейчас мы наблюдаем, как новый механизм санации автоматически «присоединяет» крупнейшие коммерческие банки к ЦБ РФ. Таким образом, ЦБ РФ выполняет

по сути функции коммерческого банка, т. е. осуществляет операции, свойственные одноуровневой банковской системе, это кредитование конечного заемщика непосредственно центральным банком. Наблюдается форма организации банковской системы, когда коммерческие банки должны конкурировать с коммерческими банками, находящимися под «крылом» ЦБ РФ.

В настоящее время происходит возрождение отраслевого принципа в обслуживании клиентов государственными банками, который использовался во времена СССР. Промсвязьбанк должен осуществлять кредитование военно-промышленного комплекса, «Российский капитал» — заниматься обслуживанием строительного бизнеса, Россельхозбанк — работать с сельхозпроизводителями.

Финансовый кризис 1998 г., произошедший в Азии, оказал негативное влияние на китайскую экономику и, соответственно, на банковский сектор страны. Это выразилось в увеличении просроченной ссудной задолженности на балансах банков до 30% от совокупных активов. Для оздоровления обремененных плохими долгами банков «большой четверки» правительство провело их рекапитализацию, а неработающие активы перевели на балансы специально созданных инвестиционных компаний [Braun, 2014]. Данный процесс мы наблюдаем и в России. Создан фонд непрофильных и плохих активов на базе банка «Траст», который начал работу в июле 2018 г. ЦБ РФ оценивает общий размер фонда плохих активов в 1,1 трлн руб. Примерно в такую же сумму оцениваются пассивы фонда непрофильных активов, которыми станут его долги перед Центробанком. Классическая схема создания банка плохих долгов подразумевает выкуп по завышенной оценке (за счет средств государства) проблемных кредитов и непрофильных активов для повышения капитализации банков, у которых этот неликвид приобретает. Соответственно, данный банк несет плановые

убытки. Дочерняя структура банка «Траст», на базе которого ЦБ создан фонд непрофильных и плохих активов, ООО «Рост инвестиции», стала владельцем УК «Ростагро» в конце июля, это следует из данных ЕГРЮЛ. Одновременно под контроль «Траста» перешли связанные с «Ростагро» ООО «Голд Агро», ООО «Агро Платинум», ООО «Беково Агро» и ООО «Централь». По оценкам BEFL, на май 2018 г. «Ростагро» занимала девятое место в рейтинге крупнейших владельцев сельскохозяйственной земли, контролируя около 377 тыс. га. Земельный банк компании сосредоточен в Пензенской, Воронежской, Липецкой и Саратовской областях, есть активы в Ставропольском крае [URL: <https://milknews.ru/index/rostagro-fond-dolgov.html>]. Единовременная реализация фондом непрофильных активов и плохих долгов около 377 тыс. га сельскохозяйственной земли может привести к резкому снижению стоимости земли. Таким образом, процесс реализации земли может быть проведен только в долгосрочном периоде. Существует мнение руководителя фонда Александра Соколова о том, что основная фаза возврата и реализации непрофильных активов должна пройти в первые три года [URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/08/08/777626-fond-plohih-dolgov>]. Автор считает, что в условиях ужесточения экономических санкций выполнить это будет затруднительно.

Вышеперечисленные законы, регулирующие санацию банков, ведут к огосударствлению банковской системы страны, так как нормативные акты направлены на поддержку крупнейших банков и ликвидацию средних и небольших кредитных учреждений. Продолжают реализовываться высказанные семь лет назад мнения ученых о том, что государство, активно участвуя в формировании рыночного порядка, способно легко нарушать сложившийся баланс интересов, изменяя позиции игроков [Радаев, 2008]. В действительности банком-оппортунистом выступает ЦБ РФ, который меняет позицию

игроков на рынке и рассчитывает на перепродажу активов имеющихся у него банков.

В период экономических кризисов государство, оказывая поддержку банкам в виде предоставления средств или преференций, тем самым изменяет структуру банковского рынка. Некоторые эксперты отмечают, что наблюдается трансформация отрасли [Седлов, 2018]. Однако причины трансформации остаются не обозначенными. Известно, что существуют две основные цели, которые государство должно преследовать на банковском рынке. Если первая цель известна, это обеспечение стабильности банковской системы, то вторая цель это обеспечение конкуренции в условиях олигопольного рынка. Согласно Д. Хермансу существует противостояние между желанием иметь стабильную финансовую систему и экономически эффективную систему [Heremans, 1998]. Считаем, что происходящее в настоящее время огосударствление банковской системы направлено на обеспечение ее стабильности.

Доминирование государственных банков и формирование структуры банковского рынка

В 2011 году отмечалось, что государство, стремясь к формированию конкурентоспособного национального банковского сектора, осознанно проводит политику «принудительного» укрупнения банков. Целью на тот момент времени было создание банков, которые могли бы занять определенное место на мировом рынке глобальной олигополии. Однако ужесточение экономических санкций потребовало пересмотра и ускорения в принятии решений по изменению всей структуры банковского рынка России.

Известно, что в рыночных условиях на основе точного определения структуры затрат на оказание того или иного вида услуг банк рассчитывает такие цены, которые позволили бы ему довольно долго работать с достаточной прибылью и были бы приемлемы для широкого круга клиентов банка,

вместе с тем подавляли бы стремление конкурентов бороться за лидирующее положение на рынке [Якунин, 2011].

Переход к «жесткой» сегментации банковского рынка по клиентам значительно упрощает данную задачу. Соперничающие фирмы автоматически ставятся в худшие условия, т. е. практически уходят с рынка. Ценовой лидер банк, обслуживающий определенный сектор экономики, становится не частичной монополией, а полным монополистом по обслуживанию данного направления экономики страны, и говорить о конкурентном окружении в данных условиях затруднительно.

Соответственно, в условиях «жесткой» сегментации конкуренция между государственными банками путем переманивания клиентов из других банков практически невозможна, так как все клиенты банка заранее известны и определены в директивном порядке.

Глава Банка России Эльвира Набиуллина отмечает, что конкуренция в секторе должна обеспечиваться за счет развития инфраструктуры для цифровых финансов [URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/08/08/777626-fond-plohihdolgov>]. Для снижения затрат и одновременно минимизации воздействия санкций банкам следует активно использовать новейшие технологии, например систему распределенного реестра или блокчейн.

Sberbank CIB и Национальный расчетный депозитарий (НРД) в мае 2018 г. протестировали на регулятивной площадке Банка России технологию проведения сделок по привлечению финансирования путем первичного размещения токенов. Эмитентом выступила управляющая крупнейшим коммерческим лекторием в Москве компания *LevelOne*. На панельной сессии «Финансовый центр и офшор на Дальнем Востоке» в сентябре 2018 г., прошедшей в ходе Восточного экономического форума (ВЭФ), было заявлено, что ЦБ РФ успешно провел экспериментальное ICO в рамках

«регулятивной песочницы». По мнению специалистов, технически все прошло успешно, но осталась масса юридических вопросов [URL: <http://криптосоветник.рф/tsb-rf-protestiroval-ico-v-regulyativnoj-pesochnitse/>].

Страны, входящие в Евразийский экономический союз, активно внедряют данную технологию. В марте 2018 г. Национальный банк Казахстана запустил реализацию своих краткосрочных нот внутри страны через мобильное приложение с использованием блокчейна. Резиденты могут в режиме онлайн покупать и продавать облигации с любого устройства, без брокеров, дилеров, комиссий и налогов через приложение *Invest*, доступное в *Play Market* и *App Store*. При расчетах по операциям с нотами будут использоваться электронные деньги, эмитированные Национальным Банком Республики Казахстан. В декабре 2017 г. в Белоруссии подписан декрет «О развитии цифровой экономики». Главная цель данного документа — создание условий для открытия представительства мировых IT-компаний.

Дальнейшее затягивание с принятием законов в России о развитии цифровой экономики, однозначно трактующих участников данного рынка, их права и обязанности, может привести к уходу участников IT-рынка в юрисдикции других стран.

В настоящее время процесс девальвации национальных валют в странах с развивающейся экономикой несет риски. Однако особенность рисков для российской экономики заключается в ужесточении санкций и невозможности реоформления/продлонгации валютных обязательств отечественных банков. Повышение курса национальной валюты России выше 70 руб. за долл. в соответствии с версией «Базель-3», действующей в Российской Федерации, может привести к списанию субординированных инструментов, в частности, невыплате купонов по бессрочным субординированным еврообондам. Для преодоления данного сценария банкам необходимо будет привлечь дополнительный капитал или пойти

на «смягчение» нормативов. Первый вариант в сложившихся условиях, на взгляд автора, выполнить затруднительно. Именно поэтому министр финансов А. Силуанов отметил, что российским банкам в условиях действующих санкций имеет смысл рассмотреть вопрос о смягчении реализации положений «Базеля-3» [URL: https://arb.ru/b2b/news/bankam_rf_v_usloviyakh_sanktsiy_tselesoobrazno_smyagchit_vypolnenie_bazelya_iii_-10226175/?source=mail].

В последний раз масштабная поддержка банков за счет смягчения регулятивных требований была проведена в 2014 г.

Так, в части расчета обязательных нормативов письмом Банка России от 18.12.2014 №211-Т кредитным организациям было предоставлено право использовать до 1 июля 2015 г. при расчете пруденциальных нормативов по операциям в иностранной валюте официальный курс рубля, установленный Банком России на 1 октября 2014 г. Это было объяснено необходимостью стабилизации финансового положения банковского сектора.

Однако, очевидно, формирование банковской системы с доминированием крупнейших государственных банков не способствовало созданию банковской системы, которая могла бы стабильно функционировать в современных экономических условиях.

Отдельно выделяется риск, свойственный России, это риск перераспределения средств (активов) с помощью финансового рынка в пользу государства. По сути именно финансовый рынок способствует формированию рыночной экономики. Однако создание для ряда крупнейших банков особых условий функционирования ведет к возникновению ситуации двойной конкуренции, как в 2011 г. [Якунин, 2011]. Если раньше «приближенность» банка к государству выступала главным дополнительным фактором, оказывающим влияние на его деятельность, то в настоящее время ужесточение конкуренции среди государственных банков, в условиях введения новых санкций со стороны

западных стран, может стать тормозом для реструктуризации банковской системы. Сегодня пять крупнейших государственных банков из десяти не имеют доступа на финансовые рынки капитала из-за санкций [URL: <https://www.vedomosti.ru/amp/ccca9c6d6e/finance/news/2018/09/06/780162-kostin-predlozhil-smyagchit-trebovaniya>]. Таким образом, внутри страны ужесточается борьба за финансовые рынки, которая приведет к перераспределению рынка в пользу банков, которые имеют лоббирующих их интересы. Например, при формировании на базе Промсвязьбанка специального банка для обслуживания предприятий военно-промышленного комплекса и выполняющих гособоронзаказ сталкиваемся с отказом передачи оборонных активов и капитала.

Автор считает, что дальнейшие пути и механизмы трансформации отечественной банковской системы лежат в рамках одного сценария, который будет зависеть от степени ужесточения экономических санкций. Банковская система с целью сохранения стабильности экономической ситуации будет трансформироваться путем дальнейшего огосударствления банков. Чем жестче будут вводимые санкции, тем быстрее будет происходить огосударствление банков. Санкции в отношении компаний из России постоянно ужесточаются с 2014 г. В середине марта 2014 г. был введен в действие первый пакет санкций. Предусматривалось замораживание активов и введение визовых ограничений для лиц, включенных в специальные списки, а также запрет компаниям стран, наложивших санкции, поддерживать деловые отношения с лицами и организациями, включенными в списки. Помимо указанных ограничений, было также предпринято сворачивание контактов и сотрудничества с Россией и российскими организациями в различных сферах. В апреле 2018 г. Минфин США ввел санкции в отношении ряда российских должностных лиц, бизнесменов и компаний. Включение в список подразумевает заморозку активов, арест недвижимо-

сти и счетов физлиц и юрлиц на территории США. Американским гражданам запрещено вести бизнес с санкционными компаниями, предписано разорвать с ними контракты.

Компаниям, вошедшим в санкционный список, государство оказывает регулятивные преференции. В настоящее время ЦБ разрешил банкам, которые осуществляют кредитование компаний, находящихся в санкционных списках, не ухудшать оценку риска по этим кредитам, а также не досоздавать резервы по ним. Потери банковского сектора от новой волны санкций оцениваются в 80–100 млрд руб. Банк России и Министерство финансов России обсуждают дополнительные меры поддержки банков, кредитующих компании, попавшие под введенные апрельские санкции 2018 г.

В настоящее время ЦБ и ФАС разработали комплекс мер, содействующих развитию конкуренции на финансовых рынках [URL: <https://www.vedomosti.ru/amp/ccca9c6d6e/finance/news/2018/09/06/780162-kostin-predlozhil-smyagchit-trebovaniya>]. В целом рекомендуется определить политику участия государства в капитале финансовых организаций, в том числе для обеспечения финансовой стабильности и повышения финансовой доступности. Согласно докладу, подготовленному Банком России при участии Федеральной антимонопольной службы, наиболее перспективной возможностью развития конкуренции в сложившейся модели банковского сектора является создание благоприятных условий для деятельности финансовых организаций, входящих в конкурентное окружение лидера. Лидером стали банки с государственным участием, и их ближайшим окружением также являются банки с государственным участием. Ряд обстоятельств, перечисленных в докладе, приводит к получению рассматриваемой группой банков нерыночных преимуществ перед конкурентами, затрудняет или практически исключает возможность конкурентной борьбы с ними и может привести к различного рода негативным последствиям. Внедрение крупнейшими бан-

ками программ по обработке большого массива данных способствует получению ими дополнительных преимуществ. По оценкам CNews, бюджет подобного проекта по внедрению big data в банке для ограниченного числа задач, например скоринга, может составлять около 500–1000 тыс. долл. [URL: http://www.cnews.ru/articles/skolko_stoit_big_data]. Региональные банки в силу высокой стоимости программного обеспечения по накоплению и обработке этих данных фактически потерпели поражение в конкурентной борьбе за лучших клиентов. Это в свою очередь будет вести к переходу лучших клиентов в крупнейшие банки и возникновению альтернативного рынка по кредитованию, организованного банками, не имеющими возможности конкурировать с крупнейшими банками. Рассматривая данный сценарий, проанализируем банковский рынок Китая, на котором доминируют государственные банки. Исследователи отмечают, что существующие ограничения по доступу на рынок традиционных банковских продуктов привели к появлению новых финансовых посредников и возникновению нерегулируемого рынка услуг по кредитованию Китая [Mainland China Banking Survey Banking, 2014].

Российская специфика, на взгляд автора, заключается в развитии p2p-кредитования. Платформы (Loanberry.ru, bezbanka.ru, townmoney.ru, penenza.ru. и др.) в Интернете предлагают услуги по размещению и предоставлению займов денежных средств в России. В настоящее время участники рынка озабочены пристальным вниманием со стороны регулирующих органов и возможным усилением государственного регулирования. В 2017 году Правительство заинтересовалось краудфандингом. Центробанк подготовил «дорожную карту» для краудфандинга в России, предусматривающую разработку системы регулирования этого сегмента, включая p2p-кредитование.

Пристальное внимание со стороны мегарегулятора вызвано тем, что микрофинансовые организации стали рассматривать не-

регулируемый на данный момент сектор p2p как способ уйти от мегарегулятора. Результатом развития и совершенствования, с одной стороны, станет создание новых платформ на базе как банков, так и микрофинансовых и микрокредитных организаций, решивших уйти с рынка в результате ужесточения регулятивных норм к ним, с другой стороны, это будет заставлять ускорить регулирование данного сектора мегарегулятором. Развитие платформ по p2p-кредитованию будет происходить по схеме внедрения регулирования микрофинансовых организаций, которые фактически «выпали» из регулирования до 2014 г. Только после формирования рынка и установления устойчивого спроса на предлагаемые продукты (объем рынка достиг 50 млрд руб.) мегарегулятор был готов вести диалог и обозначить «правила игры» на рынке МФО. Считаем, что мегарегулятор применяет тот же подход по регулированию p2p-кредитования.

Затягивание с регулированием данного рынка может негативно сказаться на доверии инвесторов к данному виду услуг. Наиболее наглядно это демонстрирует деятельность инвестиционной платформы под названием «Кэшбери», которая изначально начинала функционировать в рамках p2p-кредитования. Данная компания активно предлагала свои услуги, используя сетевой маркетинг, обещая завышенную доходность, вела агрессивную рекламу в СМИ и социальных сетях. В настоящий момент компании, работающие с использованием платформ по p2p-кредитованию, не имеют лицензий Банка России. Центральный Банк России принял решение минимизировать риски участников финансового рынка путем передачи в Генеральную прокуратуру и МВД информации о группе российских и иностранных компаний, действующих под единым брендом «Кэшбери». ЦБ счел необходимым предупредить граждан о рисках, связанных с вложением денег в этот «проект», чтобы уменьшить их возможный ущерб. Таким образом гипотетически лю-

бая компания, работающая с использованием платформ по p2p-кредитованию, может быть признана финансовой пирамидой, и ее деятельность будет запрещена.

Риск ужесточения регулирования p2p-платформ со стороны мегарегулятора заставит искать как традиционные, так и нетривиальные способы ухода от его «опеки». Существуют традиционные способы с использованием тех продуктов и услуг, которые предоставляются самими государственными банками. Как ни парадоксально, банки сами способствуют их внедрению. Так, согласно последним данным, россияне переводят с карты на карту больше денег, чем тратят по ним в магазинах. В 2017 году прочие операции выросли до 19 трлн руб., из них 13,6 трлн руб. по картам Сбербанка. Таким образом, это вдвое больше, чем годом раньше. На Сбербанк приходится 68% всех переводов в стране. К сожалению, невозможно установить количество граждан, использующих пластиковые карточки для p2p-кредитования друг друга.

Нетривиальным способом ухода из-под опеки мегарегулятора является использование технологии блокчейн и проведение ICO (первичное предложение монет, первичное размещение монет). Данные инструменты работают в виде привлечения инвестиций путем продажи инвесторам фиксированного количества новых единиц криптовалют, полученных в результате эмиссии. Именно данный фактор, на взгляд автора, заставляет мегарегулятор более «осторожно» разрабатывать юридическое сопровождение технических процессов в рамках технологии блокчейн и ICO. Данный способ увеличения средств предлагался и на инвестиционной платформе, созданной группой российских и иностранных компаний, действующих под единым брендом «Кэшбери».

Автор считает, что одним из способов, информирующих граждан о платформах, работающих в рамках правового поля, может стать их регистрация мегарегулятором и размещение наименования и электронно-

го адреса платформы на сайте ЦБ РФ в разделе участники финансового рынка.

Исследователи регулирования финансового рынка отмечают, что генезис теневого бизнеса лежит в плоскости факторов, общий смысл которых можно свести как к парадоксальному сочетанию «недерегулированности» и «зарегулированности» открытого банковского сектора, так и к фрагментации финансового сектора [Джагитян, 2014]. Затягивание принятия закона о криптовалютах и блокчейне в России позволяет также говорить о правомерности вероятности развития теневого финансового рынка аналогично китайскому и для экономики нашей страны.

Заключение

Как показало исследование данной темы, огосударствление банковской системы началось с формирования специфической структуры банковского олигопольного рынка России, которое осуществлялось эволюционным путем. Однако ужесточение как внутренних условий ведения банковского бизнеса, так и внешних условий, прежде всего введение санкций, потребовали пересмотра и изменения структуры финансового рынка и прежде всего банковского рынка, играющего главную роль в обслуживании отечественной экономики.

В результате формирования новой структуры банковского сектора страны государственные банки будут обслуживать клиентов исходя из секторального принципа. Это будет способствовать ужесточению конкуренции между государственными банками, которая будет приобретать своеобразные черты борьбы за клиента. Вхождение ряда банков в санкционный список и его расширение будет способствовать изменениям «правил игры», так как именно данным банкам будет затруднительно привлекать зарубежный капитал, что негативно может сказаться на отраслях.

Ужесточение регулятивных норм организаций, работающих в правовом поле бан-

ковского сектора, и затягивание с регулированием новых инновационных направлений приведет к появлению «серых» финансовых посредников и возникновению нерегулируемого рынка услуг по кредитованию в сети Интернет.

В настоящее время необходимо внедрение государственными банками инновационных технологий. Например, запуск приложений по реализации собственных облигаций (для нерезидентов и резидентов) через мобильное приложение с использованием технологии блокчейн, что позволит им снизить транзакционные издержки и одновременно минимизировать последствия санкций.

Наибольшее влияние на структуру банковского рынка России в долгосрочной перспективе будет оказывать мегарегулятор финансового рынка. Он должен будет поддерживать, с одной стороны, стабильность финансового рынка, а с другой, баланс сил на данном рынке через разумное регуляторное воздействие на участников данного рынка.

Список литературы

1. Авдашева С., Шаститко А. Конкурентная политика в условиях кризиса // Стратегии социально-экономического развития России: влияние кризиса. Ч. 2. М.: Институт современного развития. 2008. С. 77–82.
2. Джагитян Э. П. Реформа банковского регулирования в Китае: особенности регулятивного континуума и системные риски // Деньги и кредит. 2014. № 12. С. 51–62.
3. Князева И. В. Историко-экономический экскурс: генезис монополизма и конкуренции в экономике России // Современная конкуренция. 2016. Т. 10. № 5 (59) С. 5–27.
4. Радаев В. В. Конкуренция как социально укорененный процесс // Альманах: Конкуренция и конкурентная политика. Т. 6. М.: Экономическая школа, 2008. С. 63–78.
5. Седлов Д. Спасение «Атлантов»: станет ли санация Бинбанка и «Открытия» началом банковского кризиса. URL: <http://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/350469-spasenie-atlantov-stanet-li-sanaciya-binbanka-i-otkrytiya-nachalom> (доступно 29.04.2018).
6. Шаститко А., Авдашева С., Голованова С. Конкурентная борьба в период кризиса // Вопросы экономики. № 3. Март, 2009. С. 54–69.
7. Якунин С. В. Особенности формирования олигопольной структуры банковского рынка России // Современная конкуренция. 2011. № 6 (30). С. 70–79.
8. Brau C. Regulatory reforms and convergence of the banking sector: evidence from China / C. Brau, D. Dahl, H. Zhang, M. Zhou // *Managerial Finance*. 2014. Vol. 40. No. 10. P. 956–968.

9. Dirk Heremans. Regulation of banking and financial markets. *Encyclopedia of Law and Economics*, 5850, Edward Elgar Publ. London, 1998. P. 950–986.
10. Leigh Drake. Costs and efficiency in banking: a survey of the evidence from the US, the UK and Japan // *Handbook of International Banking*. Edward Elgar Cheltenham, UK Northampton, MA, USA. 2003. P. 283–326.
11. Mainland China Banking Survey Banking 2014. KPMG Huazhen, 2014. URL: <https://home.kpmg.com/cn/en/home/insights/2014/11/mainland-china-banking-survey-201411.html> (accessed 29.04.2018).
12. URL: <https://www.acra-ratings.ru/about/articles/317>.
13. URL: https://arb.ru/b2b/news/bankam_rf_v_usloviyakh_sanktsiy_tselesoobrazno_smyagchit_vypolnenie_bazelya_iii_-10226175/?source=mail.
14. URL: <http://institutions.com/general/2588-sravnitelnyj-analiz-rossijskoj-kitajskoj-modelej-bankovskix-sistem.html>.
15. URL: <https://milknews.ru/index/rostopro-fond-dolgov.html>.
16. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/08/08/777626-fond-plohih-dolgov>.
17. URL: <https://rg.ru/2018/09/06/nabiullina-zaiavila-o-vyvode-bolshinstva-slabyh-bankov-s-rynka.html>.
18. URL: http://www.cbr.ru/StaticHtml/File/41186/20180607_report.pdf.
19. URL: <https://www.vedomosti.ru/amp/ccca9c6d6e/finance/news/2018/09/06/780162-kostin-predlozhit-smyagchit-trebovaniya>.
20. URL: https://arb.ru/upload/iblock/4f5/CBRF--20180607_report.pdf.
21. URL: http://www.cnews.ru/articles/skolko_stoit_big_data.
22. URL: <http://криптосоветник.рф/tsb-rf-protestiroval-ico-v-regulyativnoj-pesochnitse/>.

References

1. Avdasheva S., Shastitko A. *Konkurentnaja politika v usloviyah krizisa* [Competition policy in crisis]. *Strategii social'no-jekonomicheskogo razvitiya Rossii: vlijanie krizisa* [Strategies of socio-economic development of Russia: the impact of the crisis]. Part 2. Moscow, Institut sovremennogo razvitiya, 2008, pp. 77–82.
2. Brau C. Regulatory reforms and convergence of the banking sector: evidence from China / C. Brau, D. Dahl, H. Zhang, M. Zhou. *Managerial Finance*, 2014, vol. 40, no. 10, pp. 956–968.
3. Dirk Heremans. Regulation of banking and financial markets. *Encyclopedia of Law and Economics*, 5850, Edward Elgar Publ., London, 1998, pp. 950–986.
4. Dzhagitjan Je. P. *Reforma bankovskogo regulirovaniya v Kitae: osobennosti reguljativnogo kontinuum i sistemnye riski* [Banking regulation reform in China: features of the regulatory continuum and systemic risks]. *Den'gi i kredit — Money and credit*, 2014, no. 12, pp. 51–62.
5. Knjazeval I. V. Historical and economics excursus: genesis of monopoly and competition in the Russian economy. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 5 (59), pp. 5–27 (in Russian, abstr. in English).
6. Leigh Drake. Costs and efficiency in banking: a survey of the evidence from the US, the UK and Japan. *Handbook of International Banking*. Edward Elgar Cheltenham, UK Northampton, MA, USA, 2003, pp. 283–326.
7. Mainland China Banking Survey Banking 2014. KPMG Huazhen, 2014. Available at: <https://home.kpmg.com/cn/>

- en/home/insights/2014/11/mainland-china-banking-survey-201411.html (accessed 29.04.2018).
8. Radaev V. V. *Konkurencija kak social'no ukorenennyj process* [Competition as a socially rooted process]. *Al'manah «Konkurencija i konkurentnaja politika»* [Almanac: Competition and competition policy]. Vol. 6. Moscow, *Ekonomicheskaya shkola* [School of economics], 2008, pp. 63–78.
 9. Sedlov D. *Spasenie «Atlantov»: stanet li sanacija Binbanka i «Otkrytija» nachalom bankovskogo krizisa* [Saving the Atlanteans: will the reorganization of the Bank and «Opening» the beginning of the banking crisis]. Available at: <http://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/350469-spasenie-atlantov-stanet-li-sanaciya-binbanka-i-otkrytiya-nachalom> (accessed 29.04.2018).
 10. Shastitko A., Avdasheva S., Golovanova S. *Konkurentnaja borba v period krizisa* [Competition during the crisis]. *Voprosy ekonomiki* — Question of economy, 2009, no. 3, March, pp. 54–69.
 11. Jakunin S. V. Features of formation of oligopolistic structure of the banking market Russia. *Journal of Modern Competition*, 2011, no. 6 (30), pp. 70–79 (in Russian, abstr. in English).
 12. Available at: <https://www.acra-ratings.ru/about/articles/317>.
 13. Available at: https://arb.ru/b2b/news/bankam_rf_v_usloviyakh_sanktsiy_tselesoobrazno_smyagchit_vypolnenie_bazelya_iii_-10226175/?source=mail.
 14. Available at: <http://institutiones.com/general/2588-sravnitelnyj-analiz-rossijskoj-kitajskoj-modelej-bankovskix-sistem.html>.
 15. Available at: <https://milknews.ru/index/rostagro-fond-dolgov.html>.
 16. Available at: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/08/08/777626-fond-plohih-dolgov>.
 17. Available at: <https://rg.ru/2018/09/06/nabiullina-zaiavila-ovyvode-bolshinstva-slabyh-bankov-s-rynka.html>.
 18. Available at: http://www.cbr.ru/StaticHtml/File/41186/20180607_report.pdf.
 19. Available at: <https://www.vedomosti.ru/amp/ccca9c6d6e/finance/news/2018/09/06/780162-kostin-predlozhit-smyagchit-trebovaniya>.
 20. Available at: https://arb.ru/upload/iblock/4f5/CBRF--20180607_report.pdf.
 21. Available at: http://www.cnews.ru/articles/skolko_stoit_big_data.
 22. Available at: <http://крипсосоветник.рф/тсб-рф-протестировало-в-регулятивной-песочнице/>.

S. Jakunin, Saratov Socio-Economic Institute of Plekhanov Russian University of Economics, Saratov, Russia, ysw@yandex.ru

Russian banking sector structure: yesterday, today, tomorrow

This article analyzes the structure of the banking sector formation. Russia. The analysis of how and how a specific oligopoly structure influenced the formation of the modern structure of the banking sector. The reasons for which the economy in the period of crisis requires the identification of the share of markets that are in a state of silent collusion are shown. The features of the formation of banking systems in China and Russia, the transition to the sectoral principle of customer service by state banks. It is revealed that providing stability of the banking system of the country, the state thereby provides conditions of domination of large state banks and transition to sector service of economy. It is noted that with the tightening of regulatory requirements, there is a high risk of transition of small participants of the banking market to the «shadow» sector.

At the beginning of 2018, the state's share in the banking sector reached over 70%. The foundations of the state process were laid eight years ago. Eight years ago, it was suggested that for the participants of the banking market as well, the comparative advantages of rent-seeking behavior are growing, and therefore during the crisis objectively increases the likelihood of adoption of new rules limiting competition. This assumption has been confirmed now. A comparison is made with the organization of the banking sector in China and it is noted that in an effort to ensure the socio-economic stability of the society in Russia, primarily through the stability of the banking system of the country, the state does not just provide conditions for the dominance of large banks and banking groups, but forms a virtually single-tier banking system. The risks of domination of state banks are listed and disclosed. As a result of the formation of a new structure of the banking sector of the country, competition between state-owned banks is tightened, which will acquire peculiar features of the struggle for the client and lead to nationalization in the form of horizontal integration of the business transition into the ownership of the Bank. The introduction of blockchain technology in the issue of bonds while using electronic money, which should be issued by the Central Bank of the Russian Federation will allow non-residents to purchase bonds bypassing sanctions and thereby minimizing their impact on the economy.

Keywords: bank, competition, oligopoly, monopoly, state, cost structure, risks.

About authors: S. Jakunin, *professor*

For citation: Jakunin S. Russian banking sector structure: yesterday, today, tomorrow. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 93–104 (in Russian, abstr. in English).

Плясова С. В., канд. экон. наук, доцент кафедры оценочной деятельности и корпоративных финансов Университета «Синергия», г. Москва, Splyasova@synergy.ru

Мирзоян Н. В., канд. экон. наук, доцент кафедры оценочной деятельности и корпоративных финансов Университета «Синергия», г. Москва, NMirzoyan@ya.ru

Финтех и «Вторая платежная директива» как фактор развития конкуренции в банковском секторе Европейского союза

В статье затрагиваются изменения банковского сектора, которые способствуют увеличению конкуренции на рынке банковских услуг между кредитно-финансовыми организациями и технологическими компаниями. Приведена классификация финтехорганизаций в зависимости от сторон, участвующих в сделке, отражаются наиболее важные составляющие «Второй платежной директивы». Указаны категории провайдеров платежных услуг, описаны три варианта стратегического развития банков. Сформулированы цели внедрения «Второй платежной директивы». Представлена позиция Банка России к директиве. Перечислены страны, в которых активно начали использовать API. Выделены основные последствия внедрения директивы для банков Европейского союза.

Ключевые слова: конкуренция, открытый банкинг, финтехорганизации, «Вторая платежная директива» PSD2, API, AISP, PISP, провайдер информационных услуг, провайдер услуг инициации платежей.

Введение

Банковский сектор стоит на пороге революции, которая представит новую эпоху конкуренции, гармонизации правил и защиты клиентов в секторе платежей. Это связано с технологиями, которые предлагаются технологическими организациями (сектор финтех), и снижением спроса на банковские услуги. Банковская сфера основана на двух основных услугах — платежах и кредитовании. Обе услуги могут быть изъяты из банковского сектора. Например, благодаря финансовым технологиям рынок платежей становится мобильным, т. е. начался процесс разрушительных инноваций для банков. У банков появляются конкуренты в лице технологических организаций, таких как технологическая компания *Square*, *Google*, *Visa*, *Mastercard* и *PayPal*. В течение

следующих нескольких лет прогнозируется экспоненциальный рост небанковских организаций на рынке платежей.

Перечень отношений, возникающих через сервисы финтехорганизаций

На рынке кредитования также укрепляется конкурентная борьба банков и технологических организаций. Например, «народное финансирование», или краудфандинг — способ коллективного финансирования, основанный на добровольных взносах. Краудфандинг может быть применен для производства товаров, создания программного обеспечения, записи музыкальных альбомов, запуска или поддержки других проектов, например, платформа *Kickstarter*. Также можно выделить отношения, которые возникают через сервисы финтехорганизаций.

Они делятся в зависимости от сторон, участвующих в них:

- P2P — между частными лицами (*person-to-person* или *peer-to-peer*, англ. «от пользователя к пользователю»).
- B2P — от компании к частному лицу (*business-to-person*).
- P2B — от частного лица к компании (*person-to-business*).
- B2B — между компаниями (*business-to-business*).
- B2G — между бизнесом и правительством (*business-to-government*) и т. д.

P2P-моделью называют также равноправное кредитование, или социальные займы, кредитование от человека к человеку, социальное кредитование — это прямая выдача займов вкладчиком заемщику без участия традиционных финансовых институтов, т. е. банков.

Такие сервисы возникли благодаря финтеху и начали развиваться в 2005 г. Платформы работают по принципу сводничества — способствуют урегулированию спроса и предложения, с собственными правилами и регулированием, а также механизмами вознаграждения и платежей. P2P ставит в центре модели клиента, который может одновременно продавать и покупать продукты и услуги с помощью решений, предлагаемых компанией. Инвесторы получают доход в виде авансовой комиссии за инициирование займа, а также доли от сервисных платежей, поступающих в течение всего периода обслуживания кредита. Также обе стороны — кредитор и заемщик — заинтересованы в наиболее финансово привлекательных условиях, а также в безопасной, прозрачной и простой процедуре выдачи и получения займов.

Такая площадка появилась впервые в 2005 г. в Великобритании — *Zopa* (*Zone of Possible Agreement*). Годом позже в США появились еще две площадки — *Prosper* и *Lending Club*. В настоящий момент в мире много подобных проектов, но можно выде-

лить наиболее популярные из зарубежных P2P — компании *Kiva*, *Communitylend.com* (Канада), *Smava.de* (Германия).

В Европе и США сервисы P2P-кредитования стали настолько популярными, что на этих площадках теперь можно получить не только ипотеку, но также финансы для развития бизнеса. В настоящее время объем займов, выдаваемых банками в США, снизился на 30 000 долл., а объем P2P кредитования к 2020 г. прогнозируется размером 400 млрд долл.¹

В России P2P-сервисы взаимного кредитования только начинают развиваться. Но в 2015 г. через P2P-сервисы было выдано уже около 1 млрд руб. Банкомат является типичным примером B2P-сервиса. В широком понимании финтех включает в себя абсолютно все: от банкоматов до программного обеспечения для управления спот-позициями на фондовом рынке. Таким образом, с появлением банкомата (1967 г.) — инновационного устройства финансовые учреждения получили возможность экономить деньги и вместо ручного труда кассиров автоматизировать рутинные банковские операции.

История платежных директив

Также большим толчком к децентрализации банковских услуг на территории Европейского союза, т. е. к появлению конкуренции со стороны технологических организаций является принятие очередной платежной директивы. Под директивами стоит понимать акты, которые устанавливают только цели регулирования² в ЕС. Предложения, содержащиеся в директиве, должны быть реализованы в нацио-

¹ URL: <http://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/352435-ubiytsy-bankov-kto-zahvatyvaet-finansovyy-biznes>.

² Consolidated version of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union // Official Journal of the European Union. С 326. 26.10.2012. Р. 47–390.

нальных нормативных актах каждой из 28 европейских стран, о чем все государства должны отчитаться перед Европейской комиссией.

В 2007 году принята «Первая платежная директива» (PSD1 — *Payment Services Directive*) — директива 2007/64/EC. Целью PSD1 было создание единой зоны европлат (Single Euro Payments Area — SEPA). В документе сформулированы правила и основы для создания современных платежных услуг. Цель единой зоны платежей в евро — стандартизировать способ оплаты евро в ЕС и сделать все трансграничные платежи в евро такими же «бесшовными», как и внутренние платежи в пределах данного государства-члена.

В 2016 году принята «Вторая платежная директива» (PSD2) № 2015/2366/EC, но более важная дата — это дата реализации предложений директивы в национальном законодательстве стран-членов ЕС — 13 января 2018 г. Суть директивы Европарламента и Еврокомиссии составляет урегулирование общего европейского рынка онлайн-платежей и онлайн-банкинга.

Данная директива является техническим стандартом для уточнения технических деталей, разработанных Европейским агентством (службой) по банковскому регулированию и надзору (EBA). Роль данной службы заключается в обеспечении последовательного применения и толкования директивы, усилении защиты прав потребителей, повышении прозрачности деятельности платежных организаций, улучшении качества взаимодействия и обмена информацией между компетентными органами стран — членов ЕС. Директива ограничивает возможности уже существующих финансово-кредитных институтов и жестко направляет развитие финансовой области в едином направлении, что способствует развитию конкуренции на рынке банковских услуг.

Наиболее важные составляющие PSD2

Документ состоит из шести разделов и приложений:

1. Предмет, сфера применения и технология.
2. Провайдеры платежных услуг.
3. Прозрачность условий и требования по раскрытию информации при оказании платежных услуг.
4. Права и обязанности в отношении предоставления и использования платежных услуг.
5. Делегированные акты и регулятивные технические стандарты.
6. Заключительные положения.

Главной идеей создания данного документа Европейским союзом является построение единого рынка для перемещения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. PSD2 влечет огромные и монументальные последствия в двух линиях: *Open banking — Retail Lines of Business*, которые обычно включают потребительские сбережения и расчетные счета, автокредиты, ипотечные кредиты и кредитование малого и среднего бизнеса и платежи (платежи по картам, корпоративные платежи, кредитные переводы, прямой дебет и т. д.). Это концепция, повышающая качество клиентского обслуживания и дающая возможность третьим сторонам на использование и анализ данных финансово-кредитной организации.

Далее выделим наиболее важные составляющие директивы, дающие толчок развитию конкуренции на рынке банковских услуг в пространстве ЕС.

В разделе 1 директива устанавливает категории провайдеров платежных услуг:

- Кредитные организации.
- Институты электронных денег.
- Почтовые отделения, если национальные правовые акты наделили их возможностью предоставлять платежные услуги.
- Платежные учреждения.

- Европейский центральный банк и национальные центральные банки, если они не выступают в качестве денежно-кредитных органов или иных государственных органов.

- Государства — члены ЕС и их региональные или местные властные органы в случае, когда они не выступают в качестве государственных органов.

PSD2 расширяет понятие платежной услуги и на текущий момент — это любая активность, включающая следующее:

1. Услуги по внесению наличных на платежный счет.

2. Услуги по снятию наличных с платежного счета.

3. Исполнение платежных операций, включая переводы денежных средств на платежный счет, открытый у провайдера платежных услуг, обслуживающего клиента, или у иного провайдера платежных услуг.

4. Исполнение платежной операции за счет кредитной линии, предоставляемой пользователю платежных услуг.

5. Эмиссия инструментов и/или обеспечение приема платежных инструментов (эквайринг).

6. Услуги по совершению денежных переводов.

7. Услуги по инициации платежей.

8. Услуги по агрегации финансовой информации.

Директива не охватывает вопросы, связанные с сервисами: платежи через оператора связи (если сумма составляет до 50 евро) для оплаты билетов, благотворительные взносы, покупки цифрового контента, инструменты, предназначенные для использования в ограниченном числе торговых точек, а также на бумажные чеки, расчеты наличными и т. д., следовательно, в зависимости от национального законодательства стран-членов ЕС это может формировать денежный поток организаций небанковского сектора.

Во 2 разделе директивы выделяют провайдеров.

Сравнительный анализ провайдеров PSD2 и PSD показал, что их количество не изменилось и составляет шесть единиц:

- кредитные организации;

- почтовые учреждения;

- платежные учреждения;

- ЕЦБ и национальные банки в тех случаях, когда они выступают не в качестве денежно-кредитных органов;

- государства — члены ЕС и их региональные или местные властные органы в случае, когда они выступают не в качестве государственных органов;

- институты электронных денег.

Однако определена специфика платежных учреждений: они получают разрешение на деятельность, а не лицензию. В зависимости от оказываемой услуги требования различаются на размер уставного капитала и размер собственных средств. Следовательно, снижаются требования к небанковским организациям для выхода на рынок банковских услуг, что увеличивает возможное количество участников рынка платежей.

В национальных реестрах должна содержаться информация о выданных и отозванных разрешениях с указанием перечня платежных услуг, а также информация о филиалах, если они оказывают услуги в иных государствах — членах ЕС. Данные из национального реестра дублируются в общеевропейском реестре, на базе Европейской службы банковского надзора. Нововведение повышает прозрачность рынка банковских услуг. Помимо оказания платежных услуг платежные учреждения имеют право предоставлять своим клиентам ограниченные кредиты, а также право на иную деятельность. Таким уточнением разработчики добавляют финансовую стабильность учреждениям через разрешение вести (совершать) неплатежную деятельность, например, розничную торговлю или реализацию телекоммуникационных услуг.

Также директива увеличивает затраты платежных учреждений, обязывая проводить обязательный государственный аудит

годовых и консолидированных отчетов, если иное не определено в предшествующих директивах.

В одном из разделов PSD2 также прописана возможность реализации права учреждения и свободы предоставления услуг на территории другого государства — члена ЕС. Для получения такой возможности организация обращается с заявлением и с набором соответствующих документов в надзорные органы страны регистрации. Однако после получения данной возможности надзор над платежным учреждением осуществляют органы страны регистрации, а принимающая страна имеет право требовать от организации периодических отчетов. Данная норма позволяет не только расширить рынок сбыта, но и увеличивает конкуренцию на национальных рынках стран — членов Европейского союза за счет организаций нерезидентов.

Также документ имеет раздел, в котором прописано освобождение небольших организаций от нормативных требований, например, для платежных учреждений со среднемесячным объемом операций (за предыдущие 12 мес.) до 3 млн евро (норма может быть понижена или повышена по решению национальных властей). Следовательно, понижение нормативных требований к организациям упрощает выход на рынок, чем увеличивает конкуренцию.

Директива дает возможность пользоваться одним сервисом по агрегации финансовой информации (*Account Information Service Providers*), который по поручению клиента запрашивает у финансово-кредитных организаций информацию о его счетах и консолидирует ее в одном месте. Агрегаторы³ (от лат. *aggregatio* «накопление») финансовой информации смогут получать только ту информацию, передача которой была согласована владельцем счета.

³ Агрегатор (от лат. *aggregatio* «накопление») — программа, аккумулирующая (собирающая) и группирующая объекты.

В соответствии с DSP2 платежным учреждением может быть только юридическое лицо, а провайдером платежной услуги, который оказывает услуги по агрегации финансовой информации, могут быть не только юридические, но и физические лица, освобожденные от части регулятивных требований. Определение «провайдера платежной услуги», прописанное в PSD2, в несколько раз увеличивает количество возможных участников рынка по данной услуге.

В разделе 3 дан подробный перечень информации, которую провайдер должен раскрывать перед клиентом. Однако есть исключения, когда происходит освобождение от требований по раскрытию информации, в случае если использование платежных инструментов, например, только платежные операции физических лиц на сумму не более 30 евро или совокупный лимит — 150 евро или максимальный баланс не превышает 150 евро.

Раздел 4. Провайдер платежных услуг вправе требовать от пользователя вознаграждение за выполнение своих обязательств, но запрещает взимать дополнительную плату за использование платежных инструментов, для которых межбанковская комиссия регулируется общеевропейскими регламентами. Данное положение сокращает доходы банков от использования кредитных или дебетовых карт и от платежных услуг, в основе которых лежат платежные поручения или платежные требования, вне зависимости от вида платежа (внутренний, трансграничный).

С введением PSD2 появляются возможности, когда платежный инструмент выпущен одной организацией, а счет у клиента открыт в другой. По данному вопросу директива предписывает обязанность провайдера платежных услуг по обслуживанию счета предоставить провайдеру, выпустившему карточку. Эта обязанность заключается в незамедлительном подтверждении, достаточно ли у клиента денежных средств для совершения операции. Следова-

Таблица 1. Перечень типов услуг, определенных в PSD2

Table 1. List of service types defined in PSD 2

Поставщик услуг	Описание	Пример
Платежные сервисы, обслуживающие счета (Account Servicing Payment Service Providers — ASPSP)	Это банки, в которых хранятся учетные записи клиентов, и они необходимы PSD2 для доступа к этим учетным записям через интерфейс открытой прикладной программы (API).	Любой банк
Поставщик услуг по инициированию платежей (Payment Initiation Service Provider — PISP)	При одобрении клиента (часто называемого пользователем платежной службы или PSU) PISP могут инициировать платежи от имени клиента, обратившись к его счетам через открытый API ASPSP. Как правило, PISP фокусируются на транзакциях электронной торговли, связывая торговца с учетной записью клиента (см. рис. 1)	Могут быть банки и иные организации
Поставщик информации об учетной записи (Account Information Service Provider — AISP)	AISP действуют как агрегаторы финансовой информации соглашающегося клиента во всех учетных записях и учреждениях финансовых услуг, что позволяет отображать эту агрегированную информацию на какой-либо лицевой панели, ориентированной на клиента	Могут быть банки и иные организации

но, у клиента есть право выбора платежных инструментов из всего спектра банковского рынка, без привязки к банку, где открыт счет, что также ведет к конкуренции.

PSD2 юридически воплощает концепцию *Open banking*, а именно, устанавливается обязанность организаций, где у клиента открыт счет, предоставлять доступ к своим информационным системам посредникам-сервисам по инициализации платежей и агрегации финансовой информации, без заключения договора между посредником и кредитно-финансовой организацией, и запрещается дискриминация информационных посредников.

В директиве прописаны следующие типы услуг (табл. 1):

- Поставщики услуг по инициированию платежей (PISP) могут инициировать платеж с банковского счета плательщика и облегчить перевод средств на банковский счет получателя.

- Поставщикам информации об учетной записи (AISP) службы обслуживания платежных услуг (например, банки) обязаны предоставлять доступ к балансу и данным транзакций на своих платежных счетах

своих клиентов через интерфейсы прикладных программ (API — Application Program Interface).

- Поставщики платежных услуг выдают карточные инструменты.

По итогам проведенного компанией Accenture⁴ исследования сделаем следующие выводы: более 50% потребителей будут использовать продукт PISP, который является безопасным и предлагает обширные варианты розничной торговли. Предполагается, что к 2020 г. каждый третий платеж по дебетовым картам и каждый десятый платеж по кредитным картам будет делаться в PISP.

Директива прописывает скорость переводов денежных средств, а именно, денежные средства по платежам в евро, внутригосударственным платежам, трансграничным платежам между странами ЕС должны быть доступны получателю не позднее конца следующего рабочего дня. Однако сроки увеличиваются на один рабочий день, если платежная операция с использованием документов происходит в бумажной форме.

⁴ URL: www.accenture.com.

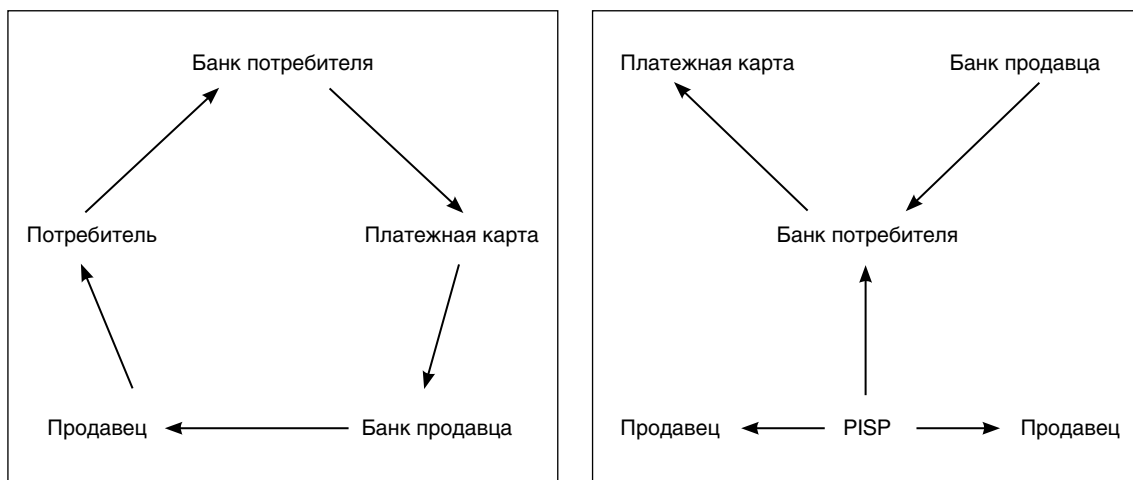


Рис. 1. Схема покупки товара без PISP и с поставщиком услуг по инициированию платежей (Payment Initiation Service Provider — PISP)

Рис. 1. Scheme of purchase of goods without PSP and with the service provider on initiation of payments (Payment Initiation Service Provider — PISP)

И денежные средства должны быть зачислены незамедлительно, если их внести наличными на свой счет.

В директиве не обошли вопросы, связанные с мерами по обеспечению безопасности платежей и защиты данных, а именно, прописана обязанность провайдеров незамедлительно предоставлять данные в Европейскую комиссию о крупных операционных инцидентах, связанных с безопасностью.

В 6 разделе отражена полная гармонизация национального законодательства с принципами директивы. К 31 января 2021 г. Европейская комиссия должна предоставить Европейскому парламенту, Совету, Европейскому Центральному Банку и Европейскому комитету по социальным и экономическим вопросам на рассмотрение отчет о применении PSD2.

Таким образом, PSD2 — это свод правил для банков, платежных сервисов и прочих игроков рынка ЕС, на участников финансового рынка данный документ не распространяется.

На текущий момент Банк России занимает выжидательную позицию и только плани-

рует реализовать ряд мероприятий по развитию и внедрению принципов, открытых API на финансовом рынке в Российской Федерации. По инициативе Банка России в «Ассоциации развития финансовых технологий» («Ассоциации Финтех»), учрежденной совместно с крупнейшими российскими финансовыми организациями в декабре 2016 г., было открыто отдельное направление деятельности — развитие открытых API⁵, которое и должно проработать новые принципы работы открытых систем на финансовом рынке.

Также стоит заметить, что Open API начали применять такие страны, как Великобритания (принят регулирующий документ *Open Banking Standard*), Сингапур (принят регулирующий документ *Finance-as-a-Service API Playbook*), Индия (создана платформа *India Stack* с набором открытых API), США (*Mint* — сервис по управлению личными финансами (*Private financial management* (PFM)).

⁵ URL: www.cbr.ru — Доклад для общественных консультаций «Развитие открытых интерфейсов (OPEN API) на финансовом рынке», декабрь, 2017.

Последствия внедрения PSD2

По итогам можно выделить следующие последствия, стимулирующие повышение конкуренции в банковском секторе, вызванные внедрением PSD2 в национальное законодательство стран-членов ЕС:

- Решение трудностей в трансграничных сделках потребителей банковских услуг, а именно, через стимулирование и продвижение инноваций в сфере банковских услуг и платежей, а также ориентир на глобальные компании в США и Азии.
- Ускоренные темпы развития и внедрения инноваций в банковском секторе на территории Европейского союза.
- Создание единого рынка для потребительских платежей и в итоге для банковских услуг.
- Совершенствование платежных услуг в Европе путем предоставления ряда усовершенствований PSD1 в области мобильных и онлайн-платежей.
- Гармонизация цены и безопасность между всеми организациями государств — членов ЕС.
- Изменение правил участия в банковской и платежной отрасли.
- Открытие границ между национальными платежными рынками стран — членов ЕС.
- Обеспечение равных условий поставщикам платежных услуг.
- Увеличение игроков в розничной торговле на банковском рынке через поставку открытого банковского стандарта.
- Повышение прозрачности рынка как для поставщиков, так и для пользователей.
- Стандартизация прав и обязанностей поставщиков и пользователей платежей услуг в ЕС, с защитой клиента.
- Экономия издержек на операционную деятельность, регуляторные отчеты, межбанковские расчеты в реальном времени, идентификацию клиентов.
- Перспективы с точки зрения противодействия отмыванию денег.

- Минимизация времени верификации клиента.

- Снижение нормативных требований к организациям для выхода на национальные рынки.

Заключение

Вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что с введением PSD2 на рынке банковских услуг в несколько раз увеличится количество участников. Конкурентоспособность организации во многом определяется реализуемой стоимостно-ориентированной стратегией развития⁶. Следовательно, чтобы банкам остаться конкурентоспособными, необходимо уделить внимание тщательной оценке изменений в ряде областей: безопасность, линии делового общения, управление данными, партнерские экосистемы, соглашения об аутсорсинге, а также руководствоваться этическими нормами и методами добросовестной конкуренции в экономической деятельности⁷.

После того, как PSD2 вступит в силу, банки столкнутся с выбором направлений стратегического развития. Прежде чем конкурентное поведение субъектов профессионального бизнеса примет вид оперативных процедур, ситуационных реакций и непосредственных действий, оно моделируется на стратегическом уровне и предстает в качестве стратегии или комплекса стратегий их конкурентного поведения⁸. В теории стратегий конкурентного поведения су-

⁶ Косорукова И. В. Методика стоимостно-ориентированного анализа эффективности бизнеса. Сборник материалов Девятого международного научного конгресса «Роль бизнеса в трансформации общества — 2014». М.: Экон-информ, 2014.

⁷ Рубин Ю. Б., Потапова О. Н. Конкуренция в экономике. Как противостоять и противодействовать соперникам и нужно ли это делать? // Современная конкуренция. 2016. Т. 10. №6 (60). С. 107.

⁸ Рубин Ю. Б. Стратегии и тактики конкурентного поведения // Современная конкуренция. 2007. №3 (3),

ществует несколько концепций⁹. В данном случае выделим три варианта:

1. **Минимально совместимые банки** — банки, которые стремятся обеспечить соответствие требованиям PSD2 минимальными денежными вложениями, т. е. произведут локальные изменения. Это будет означать постепенную эрозию доли рынка, а также потерю ценности жизни клиента (CLV) с течением времени. Причина этого заключается в том, что появится конкуренция со стороны финтехорганизаций и других стартапов, которые предложат более выгодные с точки зрения простоты и стоимости инновационные услуги, такие как мгновенные ипотечные кредиты, различные инструменты финансового управления, безбумажные процедуры утверждения для ряда потребительских кредитов и т. д.

2. **Цифровой (электронный) диспетчер (Digital Starters)** — банки, которые начали изучать возможность открытия данных о клиентах, стремятся поддерживать основной API, а также внедрять собственные API-интерфейсы. Этот подход может сработать только в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

3. **Цифровые инноваторы (Digital Innovators)** — банки, которые станут лидерами в разработке открытых API, т. е. будут производить финансирование команд по сферам бизнеса, обслуживать отдельные сегменты клиентов, либо полностью, либо используя партнерские отношения с технологическими организациями. Они не только придерживаются API PSD2, но и расширяют сектор услуг, создают собственные продукты с акцентом на монетизацию данных и искусственный интеллект с минимальным использованием человека. Например, *Robo-advisors* (роботизированный советник — платформа, предоставляющая финансовые консультации или управление инвестициями) и *Chatbots* (программа, веду-

щая разговор с помощью слуховых или текстовых методов).

Выделим основные последствия внедрения «Второй платежной директивы» для банков Европейского союза:

1. **Повышенная конкуренция** за доходы в существующей клиентской базе. Ожидается появление конкурентов, например финтехорганизации и другие финансовые учреждения будут продавать продукты клиентам банка.

2. **Банкротство или поглощение.** Если банк не сможет вовремя отреагировать на новшества PSD2, он потеряет монополию на платежные услуги.

3. **Снижение доходов.** Со временем банки и поставщики платежей потеряют значительные доходы для PISP, ликвидируются надбавки к картам и положения об отмене комиссий для платежных операций с использованием кредитных карт.

4. **Высокая степень IT-расходов.** Банки будут тратить от десятков до сотен миллионов долларов на внедрение API, дооснащая их в устаревших системах и соблюдая повышенные требования к безопасности, предусмотренные директивой.

Например, *Uber Technologies Inc.* (Убер) быстро вырос от небольшого стартапа до глобальной организации и свободно конкурирует с такси во многих государствах через объединение возможностей партнеров через API: использует API Карт Google для поиска клиентов и отслеживания водителей, API облачных сообщений Google для обмена мгновенными сообщениями и API Braintree PayPal для оплаты за поездку. Такие организации, как *Amazon*, *eBay*, *Facebook*, *Salesforce* и *Twitter*, также успешно использовали API-интерфейсы, чтобы укрепить свои возможности и построить бизнес.

5. **Последствия для нормативной отчетности и управления рисками.** Очевидно, что банки проигрывают новым участникам банковских услуг, финтехорганизациям и стартапам. Банкам по-прежнему при-

⁹ Рубин Ю. Б. Стратегии конкурентных действий // Современная конкуренция. 2014. № 4 (46).

ходится придерживаться мер базирования Базеля и контроля над отмыыванием денег. С одной стороны, AISP не подпадают под действие каких-либо из этих ограничений, и им не требуется держать капитал в резерве. С другой стороны, PISP должен банкам, чтобы успешно отстаивать свои интересы в конкурентной борьбе с финтехорганизациями и стартапами, необходимо обеспечить превосходство над соперниками и не допускать превосходства соперников над ними¹⁰, а для этого им необходимо пересмотреть стратегию развития с точки зрения стоимостно-ориентированный подхода¹¹ и следующих вопросов:

1) **упрощение системы платежей** — работа с заинтересованными третьими сторонами над упрощением платежей через различные интерфейсы;

2) **развитие экосистемы** — банки должны работать над созданием интеллектуальных экосистем совместно с технологическими организациями, не только предлагать платежные услуги, но и использовать данные о клиентах, чтобы предлагать инструменты для личного финансового планирования;

3) **стимулирование инноваций** — осуществление трансграничных платежей в реальном времени, которые являются «бесшовными», надежными, экономически эффективными как для корпораций, организаций, так и для физических лиц;

4) **монетизация поведенческой аналитики** — банки обладают большим объемом данных о клиентах, эту информацию необходимо монетизировать — через продавцов розничной торговли, которым данные необходимы для улучшения понимания поведенческих алго-

ритмов их возможных клиентов. Продавцы получают реальную возможность улучшить программы лояльности и повысить конкурентоориентированность;

5) **цифровизация**. Используя знания из более динамичного спектра потребительских платежей, банки должны предлагать своим бизнес-клиентам такой же опыт в различных областях: банковские переводы, услуги по управлению наличностью с использованием мобильных устройств;

6) **клиентоориентированность** — необходимо трансформировать бизнес-процессы банков в сторону клиента, постоянно совершенствоваться на основе его потребностей.

Следовательно, чтобы Российская Федерация смогла встать в один ряд с ЕС и США по инновациям в банковских услугах, необходимо по возможности учитывать принципы директивы в национальном законодательстве. Мегарегулятор банковского сектора России не отстает от тенденций ЕС, а именно, в дорожной карте содержится следующее направление развития финансового рынка: «Банк России при выстраивании регуляторной политики обеспечит невозможность отказа финансовой организации другой финансовой организации в доступе к финансовым инструментам клиента или информации о нем, если клиент дал согласие на такой доступ»¹². Таким образом, если указанное положение реализуется в законодательных актах Российской Федерации, это позволит сохранить хорошие темпы развития, внедрить финансовые инновации, снизить риски и увеличить безопасность на рынке банковских услуг.

Благодаря повышенной конкуренции со стороны финтехорганизаций и стартапов, а также внедрению PSD2 у поставщиков платежных услуг в странах — членах

¹⁰ Рубин Ю. Б. Что такое конкуренция? (Введение в теорию конкурентного поведения) // Современная конкуренция. 2014. № 1 (43). С. 101–126

¹¹ Косорукова И. В. Стоимостно-ориентированный подход к анализу конкурентоспособности бизнеса // Современная конкуренция. 2013. № 2 (38). С. 28–38.

¹² URL: cbr.ru — «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016–2018 гг.». Совет директоров Банка России 26.05.2016.

Европейского союза необходимо будет ускорить переход к клиентоориентированному мышлению и увеличению доли инновационной составляющей в банковском секторе. В будущем, для того чтобы финансово-кредитная организация стала конкурентоспособной и отвечала принципам PSD2, недостаточно предоставлять клиентам такие инструменты, как ведение счета, платежные карты и кредиты, она будет вынуждена делиться данными через открытые стандарты, оцифровывать информацию при взаимодействии с потребителями, а также необходимо научиться использовать свое главное преимущество — данные о клиентах, их истории транзакций, финансовые предпочтения, операционные идеи и т. д. Поведенческая аналитика клиентов банков поможет в стимулировании создания инновационных продуктов или услуг, направленных на улучшение финансового положения клиентов.

Список литературы

1. Достов В. Л., Мамута М. В., Шуст П. М. Новое в регулировании розничных платежных услугах в Европейском союзе // Деньги и кредит. 2016. № 7. С. 25–30.
2. Директива (ЕУ) 2015/2366 — неофициальный перевод АНО «Центр анализа финансовых технологий», Ассоциация «АЭД».
3. Косорукова И. В. Методика стоимостно-ориентированного анализа эффективности бизнеса // Сборник материалов Девятого международного научного конгресса «Роль бизнеса в трансформации общества — 2014». М.: Экон-информ, 2014.
4. Косорукова И. В. Стоимостно-ориентированный подход к анализу конкурентоспособности бизнеса // Современная конкуренция. 2013. № 2 (38). С. 28–38.
5. Рубин Ю. Б. Стратегии и тактики конкурентного поведения // Современная конкуренция. 2007. № 3 (3). С. 81–96.
6. Рубин Ю. Б. Стратегии конкурентных действий // Современная конкуренция. 2014. № 4 (46). С. 101–143.
7. Рубин Ю. Б. Что такое конкуренция? (Введение в теорию конкурентного поведения) // Современная конкуренция. 2014. № 1 (43). С. 101–126.
8. Рубин Ю. Б., Потапова О. Н. Конкуренция в экономике. Как противостоять и противодействовать соперникам и нужно ли это делать? // Современная конкуренция. 2016. № 6 (60). С. 107.
9. Consolidated version of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union // Official Journal of the European Union. С 326. 26.10.2012. P. 47–390.
10. Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council of 13 November 2007 on payment services in the internal market amending Directives 97/7/EC, 2002/65/EC, 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 97/5/EC (Text with EEA relevance) // Official Journal of the European Union. L 319. 05.12.2007. P. 1–36.
11. Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market, amending Directives 2002/65/EC, 2009/110/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010, and repealing Directive 2007/64/EC // Official Journal of the European Union. L 337. 23.12.2015. P. 35–127.
12. URL: cbr.ru. «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016–2018 гг.». Совет директоров Банка России 26.05.2016.
13. URL: www.cbr.ru — Доклад для общественных консультаций «Развитие открытых интерфейсов (OPEN API) на финансовом рынке», декабрь 2017.
14. URL: www.accenture.com.
15. URL: <http://www.forbes.ru/>.

References

1. Dostov V. L., Mamuta M. V., Shust P. M. *Novoe v regulirovanii roznichnykh platazhnykh uslugah v Evropejskom soyu* [New in the regulation of retail payment services in the European Union]. *Den'gi i kredit*, 2016, no. 7. pp. 25–30.
2. Kosorukova I. V. The method of cost-oriented analysis of business efficiency. *Sbornik materialov Devyatogo mezhdunarodnogo nauchnogo kongressa «Rol' biznesa v transformacii obshchestva*. Moscow, Ehkon-inform, 2014 (in Russian, abstr. in English).
3. Kosorukova I. V. Value-oriented approach to the analysis of business competitiveness. *Journal of Modern Competition*, 2013, no. 2 (38), pp. 28–38 (in Russian, abstr. in English).
4. Rubin Yu. B. Strategies and tactics of competitive behavior *Journal of Modern Competition*, 2007, no. 3 (3), pp. 81–96 (in Russian, abstr. in English).
5. Rubin Yu. B. The strategy of competitive action. *Journal of Modern Competition*. 2014, no. (46), pp. 101–143 (in Russian, abstr. in English).
6. Rubin Yu. B. What is competition? (Introduction to the theory of competitive behavior). *Journal of Modern Competition*, 2014, no. 1 (43), pp. 101–126 (in Russian, abstr. in English).
7. Rubin Yu. B., Potapova O. N. Competition in the economy. How to resist and counter opponents and whether it is necessary to do it? *Journal of Modern Competition*, 2016, no. 6 (60), p. 107 (in Russian, abstr. in English).
8. Available at: <https://eur-lex.europa.eu> — Directive (eu) 2015/2366 of the european parliament and of the council.
9. Available at: cbr.ru «Main directions of development of the financial market of the Russian Federation for the period 2016–2018». Board of Directors of the Bank of Russia 26.05.2016.
10. Consolidated version of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union. *Official Journal of the European Union*. С 326. 26.10.2012. P. 47–390.

11. Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council of 13 November 2007 on payment services in the internal market amending Directives 97/7/EC, 2002/65/EC, 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 97/5/EC (Text with EEA relevance) // Official Journal of the European Union. L 319. 05.12.2007. P. 1–36.
12. Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market, amending Directives 2002/65/EC, 2009/110/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010, and repealing Directive 2007/64/EC // Official Journal of the European Union. L 337. 23.12.2015. P. 35–127.
13. Available at: www.cbr.ru — Report for public consultations development of open interfaces (open API) in the financial market. December 2017.
14. Available at: www.accenture.com.
15. Available at: <http://www.forbes.ru/>.

S. Plyasova, Department «Evaluation and Corporate Finance», University «Synergy», Moscow, Russia, Splyasova@synergy.ru

N. Mirzoyan, Department «Evaluation and Corporate Finance», University «Synergy», Moscow, Russia, NMirzoyan@ya.ru

FinTech and «Payment Services Directive–2» as a factor to develop competition in the banking sector in the European Union

The article touches upon the changes in the banking sector, which contribute to the increase of competition in the market of banking services between credit and financial institutions and technology companies. The classification of financial organizations depending on the parties involved in transactions is given. For each selected type the specificity is described and examples are given. The historical information of the payment Directive is presented. The most important components of «Payment Services Directive²» (PSD2) are reflected. Categories of payment service providers are specified, three variants of strategic development of banks are described. Goals of implementation «Payment Services Directive²». To operate a list of the types of services identified in the «Payment Services Directive²». Schematically represented the purchase of goods without Payment Initiation Service Provider and the service provider to initiate payments. The position of the Bank of Russia to the Directive is presented. Lists in which the Application programming interface (API) has been actively used. The names of the basic documents regulating API in these countries are also given. The main consequences of the implementation of the Directive, stimulating the increase of competition in the banking sector, through changes in the national legislation of the member States for the banks of the European Union are highlighted.

Keywords: competition, open banking, FinTech organizations, «Payment Services Directive -2» PSD2, API, AISP, PISP, information service provider, provider of payments initiation services.

About authors:

S. Plyasova, *PhD in Economics, Assistant Professor*;
N. Mirzoyan, *PhD in Economics, Assistant Professor*

For citation:

Plyasova S., Mirzoyan N. FinTech and «Payment Services Directive–2» as a factor to develop competition in the banking sector in the European Union. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 105–116 (in Russian, abstr. in English).

Васильев А. И., канд. экон. наук, доцент, первый проректор Московского финансово-промышленного университета «Синергия», AVasilev@synergy.ru

Формализованность внутривузовской системы управления конкурентоспособностью

В статье описывается формализованность внутривузовской системы управления конкурентоспособностью как приоритетный критерий классификации вузов.

Три уровня формализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью выделяются и характеризуются с точки зрения документов и документооборота, конкурентных действий и иных элементов внутривузовской системы управления конкурентоспособностью.

Ключевым для реализации управления конкурентоспособностью вуза является отсутствие содержательного разрыва между утвержденными документами; организационными и административными действиями по осуществлению документооборота; конкурентными действиями по разработке и принятию стратегических, тактических и ситуационных управленческих решений; стратегическими, тактическими и ситуационными конкурентными действиями по реализации принятых управленческих решений.

Ключевые слова: конкурентоспособность вуза, внутривузовская система управления, конкурентные действия, конкурентный подход, управленческие решения, внутривузовский документооборот.

Введение

Внутривузовские системы управления российских вузов зависят от того, как менеджеры высшего и среднего звена понимают функцию управления образовательными организациями высшего образования, а также свою роль в реализации управляющего воздействия. Следовательно, на эффективность функционирования внутривузовской системы управления конкурентоспособностью вуза влияет то, в какой степени менеджеры высшего и среднего звена образовательной организации высшего образования осознают значимость конкурентоспособности вуза и как они вообще понимают, что такое конкурентоспособность вуза.

Топ-менеджмент разных вузов понимает содержание категории «конкурентоспособность вуза» по-разному и в зависимости от этого использует тот или иной подход в управлении [Рубин, 2017а].

На формальном уровне управление конкурентоспособностью вуза происходит с помощью утверждения определенных внутривузовских правил и норм. То, в какой степени эти нормы реализуются, является критерием формализованности системы управления конкурентоспособностью. Терминологически «формальность», «формализация» и «формализованность» отличаются следующим образом. Формализация — это процесс, функция, указывающие на особенность механизма (способа) управления. Формальность — это простой результат и продукт формализации, средство (инструмент) управления. Формализованность — это состояние, статус, сложный результат формализации, свойство системы управления.

В связи с вышесказанным далее выделим уровни и сгруппируем вузы по критерию формализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью.

«Формализованное» и «реализованное»

Следует выделить три уровня формализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью образовательной организации (рис. 1). Предполагается, что формализованность и реализованность — два полюса, в диапазоне между которыми можно разместить все системы управления. Формализованность в данном инструменте противостоит реализованности. Это означает разную степень реализации принятых внутривузовских норм и правил. В «формализованной» системе нормы и правила только фиксируются, но не используются (игнорируются или подменяются неформальными правилами). В «реализованной» системе нормы принимаются и закрепляются для их дальнейшего использования и применения в реальной практике управления конкурентоспособностью образовательной деятельности вуза.

В данном случае такой инструмент применяется для оценки внутривузовских систем управления конкурентоспособностью вуза. Но в общем случае этот аналитический инструмент может применяться для оценки любой подсистемы управления образовательной организации, например, для

оценки внутривузовских систем: менеджмента качества образовательных услуг, управления человеческими ресурсами, реструктурирования бизнес-процессов, обеспечения клиентского сервиса и т. д.

Разделение на «формализованную» и «реализованную» систему управления не характерно для мелких, частных компаний, функционирующих в высококонкурентной среде, где эффективность систем управления и динамические организационные способности играют ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности фирмы. Но для образовательных организаций высшего образования, чье бюджетное финансирование зависит от решений органов власти, критической является разработка внутривузовской документации, которая соответствует всем требованиям проверяющих органов. При этом порядок проведения лицензирования, аккредитаций, надзора и иных проверок по своей природе устроен так, что экспертные комиссии не имеют возможности проверить, насколько внутривузовская управленческая документация применяется в реализации образовательного процесса. Поэтому возможно существование разрыва между реализованными управленческими процессами и формализованной внутривузовской системой управления.



Рис. 1. Три уровня формализованности внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза

Fig. 1. Three levels of Formalization of the internal university competitiveness management system

Три уровня формализованности

Самый высокий уровень формализованности внутривузовской системы управления вузом выражается в том, что все составляющие элементы системы управления закрепляются в системе внутривузовских нормативных актов, которые вообще не применяются при управлении образовательной деятельностью вуза. В некоторых вузах менеджеры осознали необходимость такой категории, как «конкурентоспособность», но не поняли ее значимости и важности, что отразилось на предельной формализации механизмов внутривузовского управления.

Внутривузовская подсистема управления конкурентоспособностью вуза среди прочего состоит из документарного обеспечения и разнообразных (административных, организационных, управленческих, конкурентных) действий. При высоком уровне формализованности внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза документы утверждены, но никаких управленческих, организационных и иных действий по их реализации не осуществляется (рис. 1). Такой уровень формализованности характерен для мелких вузов, которые не имеют управленческих ресурсов для реализации всех установленных норм и правил. Важно, что, если методы внутривузовского управления конкурентоспособностью в вузе характеризуются предельной формализацией, содержательная часть внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью не имеет никакого значения.

Средний уровень формализованности внутривузовской системы управления вузом выражается в том, что все составляющие элементы системы управления не только закрепляются в системе внутривузовских нормативных актов, но и применяются при управлении образовательной деятельностью вуза. Документы утверждены, и определенные действия по их реализации осуществляются. Однако реализация управ-

ляющего воздействия проявляется только в действиях по обеспечению документооборота и не выходит за границы образовательной организации, т. е. выражается только в увеличении количества внутривузовских документов и совершении действий, которые в действительности не затрагивают рыночное соперничество вуза.

В таких вузах подсистема управления конкурентоспособностью выражается исключительно в дополнительном внутривузовском документообороте, а само внутривузовское управление конкурентоспособностью происходит только формально, что выражается в повышении количества измеряемых данных, отслеживаемых показателей и созданных отчетов. Однако реальные стратегические, тактические и ситуационные управленческие решения в вузе, определяющие и обеспечивающие конкурентные действия на региональных рынках образовательных услуг, принимаются и реализуются без учета выводов таких отчетов, без использования внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью. Таким образом, осуществляется управленческая функция планирования и контроля образовательной деятельности, без реального управления ею.

Внутривузовская подсистема управления конкурентоспособностью вуза среди прочего состоит:

- из организационных действий по планированию, анализу и контролю;
- конкурентных действий по принятию управленческих решений;
- конкурентных действий, на рынке реализующих управленческие решения.

При среднем уровне формальности внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза существует содержательный разрыв между организационными и административными действиями по осуществлению документооборота, обеспечивающего планирование и мониторинг образовательной деятельности, и конкурентными действиями по при-

нению управленческих решений и их реализации на рынках образовательных услуг (см. рис. 1 и табл. 1).

При этом не происходит фактического «сцепления» внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза с реальным рынком — обеспечения и осуществления конкурентных действий на релевантных рынках образовательных услуг. Другими словами, такие внутривузовские системы управления конкурентоспособностью существуют только внутри границ вуза и никак не влияют на уровень фактической конкурентоспособности вуза, на реализуемую вузом стратегию и реализованные конкурентные действия.

Средний уровень формализованности встречается в крупных, забюрократизированных государственных и муниципальных образовательных организациях высшего образования. При этом важное значение приобретает содержательный подход к управлению конкурентоспособностью вуза, который отражает понимание содержания категории «конкурентоспособность вуза» топ-менеджментом вуза и закрепляется во внутривузовских документах. Средний уровень формализованности подсистемы управления конкурентоспособностью вуза может быть устойчивым и по причине того, что содержательно в этой подсистеме реализуется не конкурентный подход, а иные подходы к управлению конкурентоспособностью вуза [Коваленко, 2013].

Несоответствие подходов к управлению конкурентоспособностью вуза самому содержанию категории «конкурентоспособность вуза» может обеспечивать устойчивый разрыв между административными действиями по осуществлению документооборота (отчеты данных), с одной стороны, и управленческими решениями, а также реально совершаемыми конкурентными действиями вуза на рынках образовательных услуг, с другой стороны.

Предельно низкий уровень формализованности внутривузовской системы управ-

ления вузом (и соответственно, высокий уровень практической реализации формальных норм) выражается в том, что все составляющие элементы внутривузовской системы управления конкурентоспособностью не только закрепляются в системе внутривузовских нормативных актов и способствуют увеличению объемов внутривузовского документооборота, но и реализуются в совершении действий, которые прямым образом отражаются на конкуренции на рынке образовательных услуг (см. рис. 1). В таком идеальном случае нормы и правила, решения и приказы соблюдаются через конкурентные действия.

Важно помнить, что в данном контексте формализованность управления противостоит реализованности управления. Естественно, что описываемая подсистема предельно низкого уровня формализованности должна быть хорошо формализована. Здесь низкий уровень формализованности внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза означает вовсе не отсутствие формальных правил, а отсутствие разрыва между формальными правилами и действиями. Точнее было бы называть этот уровень не низким уровнем формализованности, а высоким уровнем реализованности. Но ради обеспечения однозначности критерия группировки вузов здесь и далее под низким уровнем формализованности внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза будет пониматься именно такая система, в которой нет разрывов между формой и содержанием управления. Другими словами, при низком уровне формализованности внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза не существует содержательного разрыва между:

- утвержденными документами;
- организационными и административными действиями по осуществлению документооборота, обеспечивающего планирование и мониторинг образовательной деятельности;

- конкурентными действиями по разработке и принятию стратегических, тактических и ситуационных управленческих решений;

- стратегическими, тактическими и ситуационными конкурентными действиями по реализации принятых управленческих решений [Pucciarelli и др., 2016].

Содержательный подход и четыре группы вузов

На данном этапе важное значение приобретает содержательный подход к управлению конкурентоспособностью вуза, который отражает понимание содержания категории «конкурентоспособность вуза» топ-менеджментом вуза, закреплён в внутривузовских документах [Musselin, 2017]. Если при низком уровне формализованности внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью вуза подходы топ-менеджеров к пониманию управления конкурентоспособностью вуза не соответствуют самому содержанию категории «конкурентоспособность вуза», прямым образом конкурентоспособность вуза не управляется, но она может быть косвенно обеспечена действиями, направленными на развитие вуза в определенном аспекте, который в итоге стал конкурентным преимуществом (качество, стоимость, ассортимент) [Naser и др., 2016].

Содержательно подход к управлению конкурентоспособностью вуза может заключаться в отождествлении конкурентоспособности с определенным фактором (одним или несколькими), открывающим направление обеспечения конкурентоспособности [Рубин, 2017с; Kaplan и др., 2016]. Содержательный подход к управлению конкурентоспособностью вуза по мере повышения уровня реализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью:

- закрепляется в базовых документах;
- обеспечивается внутривузовским документооборотом;

- реализуется в конкурентных действиях (см. табл. 1).

На основании вышесказанного по критерию формализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью можно выделить четыре группы вузов.

1. *Игнорирующие вузы* — это вузы, которые в своей внутривузовской системе управления полностью игнорируют категорию «конкурентоспособность вуза». В текстах их внутривузовской документации не используется термин «конкурентоспособность». Другими словами, и формально, и содержательно у таких вузов своя внутривузовская подсистема управления конкурентоспособности отсутствует.

2. *Номинальные вузы* — это вузы, у которых внутривузовская подсистема управления конкурентоспособностью характеризуется предельно высоким уровнем формальности. В текстах внутривузовской документации номинальных вузов термин «конкурентоспособность» часто используется и раскрывается. Номинальный вуз провозглашает конкурентоспособность целевым ориентиром развития, так как подсистема внутривузовского управления конкурентоспособностью в номинальных вузах характеризуется предельной формализацией, и утвержденные базовые документы, определяющие содержательный подход к управлению конкурентоспособностью вуза, не связаны с организационными, управленческими и конкурентными действиями. Положения базовых документов не имеют продолжения в организационных и управленческих действиях вуза, не порождают новых документов и их движения. Получается, что содержательная часть внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью номинального вуза не имеет никакого значения.

3. *Формализованные вузы* — это вузы, у которых внутривузовская подсистема управления конкурентоспособностью характеризуется средним уровнем формали-

Таблица 1. Группы вузов, документы и действия

Table 1. Groups of universities, documents and actions

Группа вузов	Номинальный вуз	Формализованный вуз	Управляемый вуз
Уровень формализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью	Высокий	Средний	Низкий
Значение и границы внутривузовской системы управления конкурентоспособностью	На бумаге	Внутри вуза	На рынке
Документы и документооборот	Утверждены только базовые документы, документооборота нет	Базовые документы определяют документооборот	Базовые документы определяют документооборот, обеспечивающий реализацию конкурентных действий
Содержательный подход к управлению конкурентоспособности вуза	Содержательный подход не имеет значения — не совершаются, реализующие его организационные и управленческие действия	Реализующие содержательный подход организационные и управленческие действия (по обеспечению документооборота) не влияют на реализованные конкурентные действия, и косвенно влияют на результат конкуренции (конкурентоспособность)	Содержательный подход реализуется в конкурентных действиях, обеспеченных организационными и управленческими (конкурентными) действиями
Реализованные конкурентные действия	Реализованные конкурентные действия, а также обеспечивающие их организационные и управленческие действия не связаны с утвержденными базовыми документами	Организационные и управленческие действия (по обеспечению документооборота) — не являются конкурентными и не влияют на реализованные конкурентные действия	Реализованные конкурентные действия, а также обеспечивающие их организационные и управленческие действия взаимосвязаны с утвержденными базовыми документами и документооборотом
Уровень реализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью	Низкий	Средний	Высокий

зованности. В текстах внутривузовской документации формализованных вузов термин «конкурентоспособность» часто используется и раскрывается. Формализованный вуз провозглашает конкурентоспособность целевым ориентиром развития. Более того, утвержденный в базовых документах содержательный подход к управлению конкурентоспособностью вуза выражается в постоянном документообороте. Утвержденные

документы связаны с организационными и управленческими действиями вуза, но это внутренние действия вуза (по организации и обеспечению документооборота внутривузовской системы управления конкурентоспособностью), не направленные вовне организации, не имеющие рыночных оснований и конкурентных последствий. При этом содержательная часть внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособно-

стью имеет определенное внутривузовское значение.

4. *Управляемые вузы* — это вузы, у которых внутривузовская подсистема управления конкурентоспособностью характеризуется предельно высоким уровнем реализации. В текстах внутривузовской документации номинальных вузов термин «конкурентоспособность» часто используется и раскрывается. Управляемый вуз провозглашает конкурентоспособность целевым ориентиром развития. Так как подсистема внутривузовского управления конкурентоспособностью в управляемых вузах имеет предельно низкий уровень формализованности, утвержденные документы выражаются организационными, управленческими и конкурентными действиями, имеющими рыночные основания и последствия, обеспеченные внутривузовским документооборотом. Содержательная часть внутривузовской подсистемы управления конкурентоспособностью имеет практическое значение и прямую реализацию.

Заключение

Основной характеристикой внутривузовской системы управления конкурентоспособностью является то, в какой степени внутривузовские нормы реализуются на практике, что формирует критерий формализованности системы управления конкурентоспособностью вуза. Поэтому внутривузовские системы управления конкурентоспособностью можно сгруппировать по двум критериям:

- формализованность внутривузовской системы управления конкурентоспособностью;
- содержательный подход к управлению конкурентоспособностью.

При этом критерий формализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью является приоритетным, так как на высоком уровне формализованности системы содержательный подход

к управлению конкурентоспособностью вуза уже не имеет значения.

Знание уровня формализованности внутривузовской системы управления конкурентоспособностью помогает раскрыть, в какой степени в настоящее время в российских образовательных организациях высшего образования происходит управление конкурентоспособностью, существуют ли внутривузовские системы управления конкурентоспособностью в российской действительности, как они работают и на чем фокусируют управленческие воздействия.

В настоящее время топ-менеджмент большинства российских вузов не рассматривает образовательные организации в качестве рыночных субъектов, конкурирующих на региональных рынках за платежеспособный спрос населения. Этому способствует история и особенности развития конкурентной среды современного российского профессионального образования [Васильев, 2018]. Поэтому большинство российских вузов сегодня относятся к группам формализованных и номинальных вузов. Многие вузы не имеют ни формализованной, ни реализованной внутривузовской системы управления конкурентоспособностью.

Список литературы

1. Васильев А. И. Конкурентная среда современного профессионального образования: историко-хронологический контекст // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 2 (68) — 3 (69). С. 108–114.
2. Коваленко А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. Т. 7. № 6 (42). С. 65–79.
3. Рубин Ю. Б. Конкуренция: влияние личностного начала лидеров компаний // Современная конкуренция. 2017а. Т. 11. № 3 (63). С. 118–143.
4. Рубин Ю. Б. Конкуренция в российском образовании: теория и противоречивые реалии // Университетское управление: практика и анализ. 2017б. № 5. С. 17–30.
5. Рубин Ю. Б. О конструктивной теории конкуренции в предпринимательстве // Современная конкуренция. 2017с. Т. 11. № 5 (65). С. 114–129.
6. Musselin C. New forms of competition in higher education // Socio-Economic Review. 2018. No. 16 (3). P. 657–683.
7. Naser S. A., Al Shobaki M. J., Amuna Y. M. A. Knowledge Management Maturity in Universities and its Impact on Per-

- formance Excellence. Comparative study // *Journal of Scientific and Engineering Research*. 2016. No. 3 (4). C. 4–14.
8. Kaplan A. M., Haenlein M. Higher education and the digital revolution: About MOOCs, SPOCs, social media, and the Cookie Monster // *Business Horizons*. 2016. Vol. 59. No. 4. P. 441–450.
 9. Pucciarelli F., Kaplan A. Competition and strategy in higher education: Managing complexity and uncertainty // *Business Horizons*. 2016. No. 59 (3). P. 311–320.
 4. Naser S. A., Al Shobaki M. J., Amuna Y. M. A. Knowledge Management Maturity in Universities and its Impact on Performance Excellence. Comparative study. *Journal of Scientific and Engineering Research*, 2016, no. 3 (4), pp. 4–14.
 5. Pucciarelli F., Kaplan A. Competition and strategy in higher education: Managing complexity and uncertainty. *Business Horizons*, 2016, no. 59 (3), pp. 311–320.
 6. Rubin Yu. Competition: the Influence of Personality of the Companies Leaders. *Journal of Modern Competition*, 2017a, vol. 11, no. 3 (63), pp. 118–143 (in Russian, abstr. in English).
 7. Rubin Yu. B. Competition in the Russian Education: Theory and Contradictory Reality. *University management: practice and analysis*, 2017b, no. 5, pp. 17–30 (in Russian, abstr. in English).
 8. Rubin Yu. About the constructive theory of competition in entrepreneurship. *Journal of Modern Competition*, 2017c, vol. 11, no. 5 (65), pp. 114–129 (in Russian, abstr. in English).
 9. Vasilev A. Competitive environment of modern professional education: historical and chronological context. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 2 (68)–3 (69), pp. 108–114 (in Russian, abstr. in English).
 1. Kaplan A. M., Haenlein M. Higher education and the digital revolution: About MOOCs, SPOCs, social media, and the Cookie Monster. *Business Horizons*, 2016, vol. 59, issue 4, pp. 441–450.
 2. Kovalenko A. I. Theoretical and methodological aspects of application the concept of «Competitive ability» in scientific researches. *Journal of Modern Competition*, 2013, vol. 7, no. 6 (42), pp. 65–79 (in Russian, abstr. in English)
 3. Musselin C. New forms of competition in higher education. *Socio-Economic Review*, 2018, no. 16 (3), pp. 657–683.

References

A. Vasilev, MFPU «Synergy», Moscow, Russia, AVasilev@synergy.ru

Formalization of the internal university competitiveness management system

The article describes the formalization of the internal university competitiveness management system as a priority criterion for the classification of universities. Three levels of formalization of the internal university competitiveness management system are distinguished and characterized from the point of view of documents and workflow, competitive actions, and other elements of the internal university competitiveness management system. The key to the implementation of the management of the competitiveness of the university is the absence of a substantial gap between: the approved documents; organizational and administrative actions for the implementation of documents, providing planning and monitoring of educational activities; competitive actions for the development and adoption of strategic, tactical and situational management decisions; strategic, tactical and situational competitive actions for the implementation of management decisions.

Keywords: university competitiveness, university management system, competitive actions, competitive approach, management decision makings, internal university documents and workflow.

About authors:

A. Vasilev, PhD in Economics, Associate Professor

For citation:

Vasilev A. Formalization of the internal university competitiveness management system. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 117–124 (in Russian, abstr. in English).

Пиньковецкая Ю. С., канд. экон. наук, доцент кафедры экономического анализа и государственного управления Ульяновского государственного университета, г. Ульяновск, judy54@yandex.ru

Отраслевая специализация субъектов малого и среднего предпринимательства в России: анализ занятости

В статье рассмотрены результаты оценки сложившейся специализации малых и средних предприятий в России по видам и подвидам экономической деятельности. Для оценки специализации использовалась информация по численности работников, занятых на таких предприятиях. Кроме того, изучена удельная численность работников в расчете на одно предприятие по восьми наиболее значимым видам экономической деятельности. В качестве информационной базы использованы данные сплошного наблюдения за деятельностью малого и среднего бизнеса за 2015 г., проведенного Федеральной службой государственной статистики. Показано, что юридические лица и индивидуальные предприниматели специализируются не на всех, а только на определенных подвидах деятельности. Определена отраслевая структура деятельности малых и средних предприятий. Сложившаяся численность работников, занятых на одном предприятии, существенно дифференцирована в зависимости от специализации предприятий на различных видах экономической деятельности, а также их территориального расположения. По итогам исследований были получены новые знания и инструменты для оценки сложившейся специализации МСП в отраслях и регионах. Эта информация может быть использована в исследованиях по проблемам экономики и управления предпринимательством, а также для обоснования программ развития предпринимательского сектора на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Ключевые слова: юридические лица, индивидуальные предприниматели, вид экономической деятельности, функция плотности распределения, специализация, численность работников.

Введение

Малые и средние предприятия (далее — МСП), как показывает накопленный опыт, являются важнейшими драйверами экономического развития многих стран, в том числе в условиях экономического кризиса [Acs и др., 2008; Baumol, 2004; Decker и др., 2014; Simon-Моя и др., 2016]. В 2015 году в России насчитывалось более 3,5 млн субъектов малого и среднего предпринимательства, в которых было замещено более 18,4 млн рабочих мест. В целях повышения значимости предпринимательства и увеличения количества товаров, работ и услуг в России была принята государственная стратегия развития

МСП до 2030 года¹ (далее — Стратегия). Она предполагает рост удельного веса работников в таких предприятиях до 35% от общего числа занятого населения. Указанная цель, как показывает зарубежный опыт [Sollner, 2014; Statistics Explained, 2018], вполне реальна. Реализация Стратегии предполагает формирование планов развития МСП в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Разработка этих планов должна основываться на обосновании развития малого и среднего предприниматель-

¹ Распоряжение Правительства от 2 июня 2016 г. № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2016. № 24. Ст. 3549.

ства и существенном увеличении численности работников, занятых в нем. При этом основное внимание должно быть уделено насыщению малыми и средними предприятиями всех отраслей национальной экономики. Кроме того, необходимо существенное увеличение объемов производства МСП в регионах, где роль таких предприятий пока еще не велика. Согласно зарубежному опыту [Choi K-S., Choi J., 2015], этот подход весьма эффективен. С учетом указанного выше в число наиболее актуальных научных проблем выдвигается оценка сложившейся отраслевой структуры МСП.

Действующие в настоящее время критерии отнесения хозяйствующих субъектов к малому и среднему предпринимательству были установлены в Федеральном законе от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Основным критерием является численность работников, которая для малого и среднего предприятия не должна превышать 250 человек. Кроме того, в качестве критериев выступают доля государственной, муниципальной собственности в уставном капитале и выручка от реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг), а также балансовая стоимость активов. Правительством устанавливаются максимальные значения оборота от реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг), а также стоимости основных фондов малых и средних предприятий. К малому и среднему предпринимательству относятся как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели.

Отраслевые особенности развития малого и среднего предпринимательства в нашей стране нашли отражение в ряде исследований, выполненных в последние годы. Развитие малого предпринимательства в обрабатывающей промышленности представлено в работах [Веретенников, Владыка, 2017; Шишкин, 2014; Красавин, 2008], в пищевой промышленности — в статье [Маслюкова, 2015]. В работе [Мельников, 2017]

рассматривается деятельность малых и средних предприятий в добывающих отраслях. В статьях [Штакал, 2016; Петроченко, 2015; Кочеткова, Трусова, 2017] приводится анализ функционирования торговых МСП и факторы, влияющие на их развитие. Особенности МСП в гостиничном сервисе приведены в работе [Менялов, Рыкун, 2017]. Деятельность строительных предприятий проанализирована в статье [Король, 2014]. Современные формы и виды хозяйствования в аграрной предпринимательской сфере рассмотрены в статьях [Чурилова и др., 2015; Дульзон, 2017]. На отраслевую специализацию МСП оказывают определенное влияние территориальные особенности малого и среднего предпринимательства. Этот вывод следует из анализа работ, посвященных особенностям деятельности МСП в ряде регионов и городов [Пильник и др., 2016; Белова и др., 2014; Агеева, Девянина, 2017; Мироседи, 2014; Дмитриева, 2017; Литвиненко, 2015]. Наряду с отечественными работами можно отметить также статьи [Shokri и др., 2016; Hermosa и др., 2015], посвященные специализации МСП в странах Европейского союза.

Анализ указанных выше работ показал, что при исследовании отраслевой и территориальной структуры МСП необходимо учитывать особенности их функционирования, характерные не только для различных видов экономической деятельности, но и для основных подвидов, входящих в каждый из этих видов деятельности. Кроме того, следует учитывать, что показатели специализации существенно отличаются между юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

Методика исследования

Целью исследования являлась оценка сложившейся специализации МСП по видам экономической деятельности. Для такой оценки представляется целесообразным использовать занятость (численность работ-

ников). Выбор этого показателя обусловлен тем, что он по сравнению с объемами производства и количеством МСП в меньшей мере зависит от особенностей социально-экономического развития и географического положения регионов, в которых эти предприятия ведут свою деятельность.

Решались не только задачи изучения занятости работников МСП непосредственно в каждом из видов экономической деятельности, но и задачи рассмотрения более узкой специализации МСП, а именно, по подвидам, входящим в каждый из видов деятельности. При этом были рассмотрены особенности специализации как работников юридических лиц, так и занятых у индивидуальных предпринимателей. Кроме того, была проанализирована сложившаяся структура распределения общей численности работников предпринимательского сектора по всем видам экономической деятельности, а также определения удельной численности работников в расчете на одно предприятие по наиболее значимым видам деятельности. Объектом исследования являлась численность работников всех малых и средних предприятий, расположенных в каждом из регионов России и относящихся к различным видам экономической деятельности. При этом отдельно рассматривались совокупности МСП, относящиеся к юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям.

При расчете удельных значений численности работников, приходящихся на одно МСП, использовались функции плотности нормального распределения. Возможность применения таких функций для описания относительных показателей деятельности МСП вытекает из пилотной работы автора [Пиньковецкая, 2015], а также следующих концептуальных положений. Каждое предприятие выступает в качестве независимого субъекта, определяет цели и задачи, исходя из конкретной ситуации, и ведет рисковую экономическую деятельность. В регионах России количество таких предприятий очень

высоко. Соответственно, группа МСП, расположенных в каждом из регионов и сформированных по указанным выше критериям, включает в себя значительное количество предприятий или предпринимателей. Экономические, исторические, климатические, демографические, образовательные и другие особенности развития конкретного региона в России оказывают существенное влияние на показатели сектора МСП. Они действуют независимо друг от друга, поэтому можно предположить вероятностное (стохастическое) распределение значений показателей.

Из теоремы Чебышева [Kramer, 1962] следует, что отдельные случайные значения могут иметь значительное распространение, а их среднее арифметическое относительно стабильно. Аналогичный вывод следует из Центральной предельной теоремы [Jenish и др., 2009], которой устанавливается, что среднее арифметическое достаточно большого числа независимых случайных величин утрачивает характер случайной величины. Таким образом, значения удельных весов численности работников в расчете на одно МСП по каждому из регионов являются случайными величинами. Они могут иметь значительный разброс, но мы можем предвидеть их среднее арифметическое.

Отметим, что в соответствии с теоремой Ляпунова распределение средних значений независимых случайных величин приближается к нормальному распределению, если соблюдены следующие условия: все значения имеют конечные математические ожидания и дисперсию, ни одно из значений резко не отличается от остальных. Указанные выше условия соответствуют значениям удельных весов численности работников МСП по регионам. Как отметил В. Е. Гмурман [2003], распределение случайных значений достаточно быстро (уже с более чем десятью из них) приближается к нормальному распределению. Число МСП, расположенных в каждом регионе и относящихся к конкретным категориям размеров и видам экономической деятельности, колеблется

от сотен до десятков тысяч, что гораздо больше, чем критерий Гмурмана.

Таким образом, существуют теоретические предпосылки использования функций нормального распределения для описания распределения рассматриваемых показателей.

Источником данных, используемых в данном исследовании, является официальная информация Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, собранная в процессе сплошного наблюдения за деятельностью МСП за 2015 г. [Федеральная служба, 2018]. Данные такого наблюдения, проводимого в соответствии с действующим законодательством, раз в пять лет дают более точную информацию по сравнению с выборочными обследованиями, которые проводятся ежегодно. Статистическое наблюдение МСП в России осуществлялось по 14 видам экономической деятельности: сельское хозяйство; рыболовство и рыбоводство; добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства; производство и распределение электроэнергии, газа и воды; строительство; оптовая и розничная торговля; транспорт и связь; гостиницы и рестораны; операции с недвижимым имуществом; финансовая деятельность; образование; здравоохранение; предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг. То есть МСП присутствуют во всех видах экономической деятельности, за исключением государственного управления, социального страхования и обеспечения военной безопасности. Они расположены во всех без исключения регионах России. Поэтому в процессе исследований рассматривались данные, описывающие численность работников МСП, работающих в 82 регионах России, в том числе 22 республиках, 9 краях, 46 областях, в 1 автономной области, 1 автономном округе и 3 городах федерального значения.

Определение количества эмпирических данных (наблюдений) имеет важное значение при разработке функций нормально-

го распределения. Соответствующие обоснования представлены в работах [Heinhold и др., 1964; Ходасевич, 2017], где указано, что количество наблюдений должно быть не менее 40. Общее количество наблюдений в нашем исследовании больше этой величины, поскольку составляет 82 (что соответствует количеству регионов России).

Качество разработанных функций нормального распределения может проверяться с помощью соответствующих критериев (тестов). Как показал анализ литературных источников [Большев, Смирнов, 1983; Hollender, Wulf, 1983; Pearson и др., 1977; Shapiro, Francia, 1972], наиболее распространенными в современных исследованиях являются тесты Колмогорова-Смирнова, Пирсона и Шапиро-Вилка.

Особенности отраслевой специализации МСП

Предпринимательские структуры присутствуют во всех видах экономической деятельности, за исключением государственного управления, социального страхования и обеспечения военной безопасности.

Для сравнительного анализа деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства по отраслям и регионам представляется целесообразным использовать занятость (численность работников) в этом секторе экономики. Рассмотрим особенности, характерные для деятельности МСП, специализированных на каждом из видов экономической деятельности.

В столбце 1 табл. 1 приведены виды экономической деятельности, МСП специализируются не на всех, а только на определенных подвидах деятельности. То есть в каждой из отраслей малые и средние предприятия производят ограниченный перечень товаров и оказывают локальный спектр услуг. В процессе анализа автором были определены данные по занятости в тех подвидах (столбец 2 табл. 1), которые являются основными для каждого из 14 видов

Таблица 1. Удельный вес работников, занятых в каждом из подвидов, в общей численности работников по соответствующему виду экономической деятельности, %

Table 1. Share of employees in each of subtypes in the total number of employees in relevant type of economic activity, %

Виды экономической деятельности МСП	Подвиды деятельности	ЮЛ, %	ИП, %
Сельское хозяйство	растениеводство	43	51
	животноводство	41	32
	лесное хозяйство и лесозаготовки	7	11
Рыболовство, рыбоводство	не выделены	100	100
Добыча полезных ископаемых	разработка каменных карьеров, добыча гравия, песка и глины	48	56
	предоставление услуг, связанных с добычей нефти и газа	25	24
Обрабатывающие производства	пищевые продукты, включая напитки	19	26
	металлические изделия	13	7
	электрооборудование	10	—
	неметаллические минеральные продукты	8	—
	изделия из дерева	5	14
	резиновые и пластмассовые изделия	6	—
	производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий из них	6	—
	текстильное и швейное производство	6	15
	изготовление мебели	4	—
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	производство, передача и распределение пара и горячей воды	57	54
	производство, передача и распределение электроэнергии	21	24
Строительство	строительство зданий и сооружений, реконструкция, капитальный и текущий ремонт	74	42
	монтаж инженерного оборудования	19	20
	отделка помещений	5	32
Оптовая и розничная торговля	оптовая торговля	51	10
	розничная торговля	37	80
	торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт	12	5
Гостиницы и рестораны	рестораны	66	66
	столовые при предприятиях и учреждениях	14	16
	гостиницы	12	9
Транспорт и связь	перевозка пассажиров и грузов автомобильным транспортом	38	84
	услуги связи	10	—
	вспомогательная и дополнительная деятельность (обработка грузов, их хранение, деятельность туристических агентств и организация перевозок)	46	13

Окончание табл. 1

Виды экономической деятельности МСП	Подвиды деятельности	ЮЛ, %	ИП, %
Финансовая деятельность	финансовое посредничество, вспомогательная деятельность	76	76
Операции с недвижимым имуществом	сдача внаем собственного недвижимого имущества	15	44
	посреднические услуги, связанные со сдачей внаем недвижимого имущества	20	—
	использование вычислительной техники и информационных технологий	9	11
	охранная деятельность	16	
	управленческое, бухгалтерское и правовое консультирование	9	16
Образование	обучение для взрослых, а также проведение учебных курсов (вождение, компьютерная грамотность и др.)	70	52
	дошкольное и начальное общее образование	17	47
Здравоохранение	медицинская помощь жителям	97	51
	ветеринарная помощь	1	21
	социальные услуги	2	28
Предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг	сбор сточных вод, отходов	33	—
	организация отдыха и развлечений, культура и спорт	32	—
	предоставление персональных услуг	34	77

Источник: рассчитано автором.

деятельности. Удельные веса численности работников по подвидам в общей занятости по каждому виду деятельности приведены в табл. 1. При этом учитывалось, что на отраслевую специализацию МСП также может оказывать влияние то, к какому из типов предпринимательских структур относится конкретное предприятие: юридическим лицам (ЮЛ) или индивидуальным предпринимателям (ИП). Поэтому характеристика распределения численности работников представлена отдельно по МСП, относящимся к юридическим лицам (столбец 3) или индивидуальным предпринимателям (столбец 4).

Сравнительный анализ специализации МСП, относящихся к юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, показал как схожесть, так и различия в структуре занятости работников по подвидам деятельности. Так, схожесть структуры занятости по ЮЛ и ИП отмечается в следующих

видах деятельности: сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, гостиницы и рестораны. По этим четырем видам структура численности работников и, соответственно, специализация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на конкретных подвидах деятельности отличается незначительно, и они конкурируют на одних и тех же рынках товаров, работ и услуг. Кроме того, нет различий в рыболовстве и рыбоводстве, где подвиды деятельности не выделены.

Наиболее сильные отличия в структуре занятости работников наблюдаются в сферах предоставления коммунальных, социальных и персональных услуг, где для юридических лиц численность занятых работников распределена равномерно между тремя подвидами деятельности: сбором сточных вод и отходов; организацией отдыха и раз-

влечений, культурой и спортом; а также предоставлением персональных услуг. У индивидуальных предпринимателей абсолютное большинство работников оказывают персональные услуги. По МСП в сфере здравоохранения почти все работники юридических лиц заняты непосредственно в оказании медицинской помощи населению, в то время как по индивидуальным предпринимателям этим занята половина работников, остальные же оказывают ветеринарную помощь и социальные услуги. Аналогичное положение отмечается в МСП транспорта и связи, где наибольшая занятость отмечается во вспомогательной и дополнительной деятельности, немного меньше работников связаны с грузовыми и пассажирскими перевозками автомобилями и десятая часть работников специализируются в сфере связи. Абсолютное большинство работников, занятых у индивидуальных предпринимателей, осуществляют автомобильные перевозки. В сфере торговли для индивидуальных предпринимателей характерно абсолютное преобладание розничной торговли, при этом у юридических лиц большинство работников занято в оптовой торговле. В финансовой деятельности работники рассматриваемых типов предприятий специализируются на разных подвидах деятельности. В образовании индивидуальные предприниматели специализируются на двух подвидах деятельности, а именно, дошкольном и начальном общем образовании и обучении взрослых. Для юридических лиц в образовании отмечается превалирование второго из указанных подвигов деятельности.

В таких видах деятельности, как обрабатывающие производства, строительство и операции с недвижимостью, имеется множество подвигов деятельности. При этом по ряду подвигов структуры занятости они совпадают. Можно отметить по этим видам деятельности следующие отличия. По обрабатывающим производствам для обоих типов МСП характерны такие подвиды товаров, как пищевые продукты, металлические

изделия, изделия из дерева, текстильные и швейные изделия. Вместе с тем у юридических лиц отмечается значительная занятость в еще пяти подвидах деятельности. В строительстве индивидуальным предпринимателям характерна значительная занятость по такому подвиду, как отделка помещений, которая у юридических лиц не значительна. По МСП в сфере недвижимости различия между юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями связаны с занятостью в охране помещений, что обусловлено действующим законодательством.

Таким образом, в пяти видах деятельности, а именно в сельском хозяйстве, добыче полезных ископаемых, производстве и распределении электроэнергии, газа и воды, гостиницах и ресторанах, рыболовстве и рыбоводстве, структура занятости у юридических лиц и индивидуальных предпринимателей схожа. По шести видам деятельности (предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг, здравоохранение, транспорт и связь, торговля, финансовая деятельность, образование) структура занятости работников существенно отличается, то есть у юридических лиц и индивидуальных предпринимателей преобладают разные подвиды этих видов деятельности. По остальным трем видам деятельности при относительной схожести структуры занятости имеются различия по отдельным подвидам деятельности.

Отраслевая структура численности работников МСП

В таблице 2 приведена структура замещенных рабочих мест по субъектам малого и среднего предпринимательства. Эта таблица описывает численность работников у юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по 14 видам экономической деятельности. Кроме того, в столбце 4 табл. 2 приведена суммарная численность работников по обоим типам МСП.

Таблица 2. Распределение численности работников МСП по видам экономической деятельности в 2015 г.

Table 2. Distribution of employees in SMEs by type of economic activity in 2015

Виды экономической деятельности	Численность работников, тыс. чел.			Удельный вес от общей численности работников МСП, %
	по ЮЛ	по ИП	по МСП	
Сельское хозяйство	722,1	278,1	1 000,2	5,42
Рыболовство, рыбоводство	35,9	5,2	41,1	0,22
Добыча полезных ископаемых	100,8	1,5	102,3	0,55
Обрабатывающие производства	2 335,9	432,1	2 768	15,00
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	213,9	3,2	217,1	1,18
Строительство	1 637,2	145,6	1 782,8	9,66
Оптовая и розничная торговля	3 341,7	2 536,4	5 878,1	31,86
Гостиницы и рестораны	512,5	206,6	719,1	3,90
Транспорт и связь	851,8	476,3	1 328,1	7,20
Финансовая деятельность	129,3	24,8	154,1	0,84
Операции с недвижимым имуществом	2 920,8	524,6	3 445,4	18,67
Образование	23,2	21,4	44,6	0,24
Здравоохранение	342,9	26,8	369,7	2,00
Предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг	349,4	249,7	599,1	3,25
По всем МСП	13 517,3	4 932,3	18 449,6	100,00
По наиболее значимым видам деятельности	12 671,4	4 849,4	17 520,8	94,96

Источник: рассчитано автором.

В столбце 5 приведена отраслевая структура замещения рабочих мест в предпринимательском секторе национальной экономики.

В соответствии с данными, приведенными в табл. 2, в России численность работников МСП достигла 18,45 млн человек. При этом общее количество замещенных рабочих мест у индивидуальных предпринимателей было в 2,7 раза меньше, чем у юридических лиц. Преобладание количества замещенных рабочих мест у юридических лиц характерно для всех видов экономической деятельности.

В 2015 году наибольшая численность работников малых и средних предприятий наблюдалась в оптовой и розничной торговле

(почти 5,9 млн человек). Их удельный вес в общем количестве работников МСП достигал почти 32%, то есть каждый третий работник был занят в торговле. Отмечалась также относительно высокая доля численности работников МСП, осуществляющих операции с недвижимым имуществом (более 18%) и работающих в обрабатывающих производствах (15%). Более 5% был удельный вес численности работников МСП в таких видах деятельности, как строительство, транспорт и связь, сельское хозяйство. Более 500 тысяч работников отмечалось в таких видах деятельности, как гостиницы и рестораны, а также предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг. Наимень-

шая численность работников (до 45 тыс. человек) имела место на предприятиях рыболовства (рыбоводства) и образования.

Среди юридических лиц наибольший удельный вес численности работников в 2015 г. приходился на предприятия таких видов деятельности, как оптовая и розничная торговля и операции с недвижимым имуществом. На предприятиях, относящихся к этим двум видам деятельности, было более 45% численности работников, занятых во всех юридических лицах. Удельный вес численности работников предприятий, относящихся к обрабатывающим производствам и строительству, составлял, соответственно, 17% и 12%. Среди индивидуальных предпринимателей отмечалось абсолютное преобладание численности работников в оптовой и розничной торговле (более 51%). Около 10% была доля замещенных рабочих мест у предпринимателей, специализирующихся на операциях с недвижимым имуществом, транспорте и связи.

Анализ численности работников МСП позволил выделить восемь наиболее значимых видов экономической деятельности. В МСП, относящихся к каждому из этих видов деятельности, в настоящее время занято более 500 тыс. человек. К наиболее значимым видам экономической деятельности относятся оптовая и розничная торговля, строительство, обрабатывающие производства, операции с недвижимым имуществом, транспорт и связь, сельское хозяйство, гостиницы и рестораны, а также предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг. На указанные виды деятельности в 2015 г. приходилось немногим менее 95% численности всех работников МСП в России (последняя строка табл. 2).

В остальных видах деятельности (добыча полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, образование, рыбоводство и рыболовство, здравоохранение, финансовая деятельность) МСП не получили значительного развития. Более того, существенного на-

ращивания участия МСП в указанных видах деятельности в ближайшей перспективе не ожидается по ряду объективных и субъективных причин. Рассмотрим эти причины более подробно.

Добыча полезных ископаемых силами МСП связана в основном с разработкой каменных карьеров, добычей гравия, песка и глины. Существенное наращивание этой деятельности МСП представляется маловероятным в связи с отсутствием растущего спроса на соответствующую продукцию. В деятельности по производству и распределению электроэнергии, газа и воды силами МСП преобладает производство, передача и распределение пара и горячей воды. Причем эта деятельность МСП сосредоточена в некоторых регионах Сибири и Дальнего Востока страны. В абсолютном большинстве остальных регионов производство пара и горячей воды осуществляется крупными корпорациями. Передача и распределение указанных ресурсов сосредоточена в муниципальных и региональных предприятиях. Ни экономических, ни организационных предпосылок для увеличения доли МСП на соответствующих рынках не наблюдается. Финансовая деятельность МСП заключается в основном в финансовом посредничестве, связанном с привлечением временно свободных денежных средств и предоставлением их во временное пользование. К этой деятельности в последнее время имеется много претензий, и ее объемы сокращаются. В сфере образования МСП получили определенное распространение в основном в образовательных услугах для взрослых. Абсолютное большинство образовательных услуг сосредоточено в государственных, региональных и муниципальных учреждениях, причем эта тенденция в последние годы усиливается. В качестве основной причины слабого развития МСП в рыбоводстве и рыболовстве и здравоохранении можно указать потребность в значительных затратах на организацию и ведение этих видов деятельности.

Поскольку возможности получения дешевых кредитов для МСП затруднены, в большинстве случаев предприниматели используют собственные средства и деньги, одолженные у родственников. В указанных двух видах деятельности такой подход к финансированию не способен обеспечить необходимые инвестиции. Рентабельность МСП в этих видах деятельности, как показывает имеющийся опыт, не велика и не способна обеспечить уплату процентов по кредитам. Поэтому, несмотря на значительные потребности в рыбной продукции и услугах здравоохранения, возможности наращивания деятельности МСП в этих отраслях представляются ограниченными в условиях высоких кредитных ставок.

Моделирование распределения удельной численности работников в расчете на одно МСП

Анализ сложившейся дифференциации средней численности работников МСП по отраслевому и территориальному признакам проводился в соответствии с приведенной выше методикой. При этом рассматривались величины этих удельных показателей по восьми наиболее значимым видам деятельности по данным за 2015 г. Расчеты основывались на удельных весах численности работников совокупностей МСП по всем регионам России. Моделирование дифференциации удельной численности работников в расчете на одно МСП было основано на разработке функций плотности нормального распределения.

Разработанные функции плотности нормального распределения y , которые описывают среднюю численность работников МСП(x), по видам экономической деятельности и регионам страны приведены далее:

- по совокупности предприятий сельского хозяйства

$$y_1(x_1) = \frac{120,00}{1,98 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_1 - 4,63)^2}{2 \times 1,98 \times 1,98}}; \quad (1)$$

- по совокупности предприятий обрабатывающих производств

$$y_2(x_2) = \frac{112,75}{2,02 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_2 - 6,79)^2}{2 \times 2,02 \times 2,02}}; \quad (2)$$

- по совокупности предприятий строительства

$$y_3(x_3) = \frac{66,63}{0,99 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_3 - 4,39)^2}{2 \times 0,99 \times 0,99}}; \quad (3)$$

- по совокупности предприятий оптовой и розничной торговли

$$y_4(x_4) = \frac{34,85}{0,51 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_4 - 2,64)^2}{2 \times 0,51 \times 0,51}}; \quad (4)$$

- по совокупности гостиниц и ресторанов

$$y_5(x_5) = \frac{82,00}{1,36 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_5 - 5,05)^2}{2 \times 1,36 \times 1,36}}; \quad (5)$$

- по совокупности предприятий транспорта и связи

$$y_6(x_6) = \frac{38,95}{0,57 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_6 - 2,44)^2}{2 \times 0,57 \times 0,57}}; \quad (6)$$

- по совокупности предприятий, специализированных на операциях с недвижимым имуществом

$$y_7(x_7) = \frac{34,85}{0,54 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_7 - 3,35)^2}{2 \times 0,54 \times 0,54}}; \quad (7)$$

- по совокупности предприятий, предоставляющих коммунальные, социальные и персональные услуги

$$y_8(x_8) = \frac{38,95}{0,52 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_8 - 2,24)^2}{2 \times 0,52 \times 0,52}}. \quad (8)$$

Качество разработанных моделей проверялось по критериям Колмогорова-Смирнова, Пирсона и Шапиро-Вилка. В таблице 3 приведены фактические значения ста-

Таблица 3. Расчетные значения статистик

Table 3. Calculation values of statistics

Номер функции	Расчетное значение по критерию качества:		
	Колмогорова-Смирнова	Пирсона	Шапиро-Вилка
1	0,04	1,60	0,97
2	0,03	2,14	0,96
3	0,03	1,81	0,97
4	0,03	0,56	0,99
5	0,05	2,66	0,95
6	0,03	0,80	0,98
7	0,04	2,25	0,96
8	0,05	2,03	0,96

Источник: рассчитано автором.

тистик по итогам вычислительного эксперимента.

Фактические значения статистик по первому из критериев (приведенные во втором столбце табл. 3) изменяются от 0,03 до 0,05, что меньше табличной величины, которая при уровне значимости 0,05 составляет 0,152. Сравнение табличной величины критерия Пирсона, равной 9,49, с фактическими значениями (приведенными в третьем столбце табл. 3) показало, что все они меньше табличной величины, поскольку находятся в интервале от 0,56 до 2,66. Статистики по критерию Шапиро-Вилка (приведенные в четвертом столбце табл. 3) близки к единице и превышают табличное значение, составляющее 0,93 при уровне значимости 0,01. В целом можно сделать вывод о том, что полученные функции имеют высокое качество и хорошо описывают исследуемые закономерности.

Анализ полученных результатов моделирования

Функции плотности нормального распределения позволяют определять средние значения сложившейся удельной численности работников по совокупностям МСП, относящимся к разным видам экономической де-

ятельности. Соответствующие показатели по данным за 2015 г. приведены в табл. 4. В этой же таблице представлены интервалы изменения рассматриваемых показателей (столбец 3), характерные для большинства (68%) субъектов страны. Интервалы рассчитываются исходя из средних значений показателей и величин стандартных отклонений. При этом для расчета границ интервала к среднему значению показателя соответственно прибавляется и вычитается указанное отклонение. Средние значения и интервалы изменения показателей в указанных таблицах соответствуют функциям плотности нормального распределения (1)–(6).

Анализ данных, приведенных в табл. 4, показывает, что сложившаяся средняя численность работников, занятых на одном предприятии, существенно дифференцирована в зависимости от специализации предприятий на различных видах экономической деятельности. Так, для восьми рассмотренных видов деятельности соответствующие показатели принимают значения от 2,24 до 6,79 человек. Средняя численность работников более 5 человек характерна для совокупностей предприятий в обрабатывающих производствах, гостиницах и ресторанах. Наименьшие значения удельной численности работников отмечались в торгов-

Таблица 4. Характеристика удельной численности работников в расчете на МСП, чел.

Table 4. Characteristics of share number of employees per SMEs, person

Совокупности МСП	Среднее значение	Стандартное отклонение	Интервал изменения
Совокупность предприятий сельского хозяйства	4,63	1,98	2,65–6,61
Совокупность предприятий обрабатывающих производств	6,79	2,02	4,77–8,81
Совокупность предприятий строительства	4,39	0,99	3,40–5,38
Совокупность предприятий оптовой и розничной торговли	2,64	0,51	2,13–3,15
Совокупности гостиниц и ресторанов	5,05	1,36	3,69–6,41
Совокупности предприятий транспорта и связи	2,44	0,57	1,87–3,01
Совокупности предприятий, специализированных на операциях с недвижимым имуществом	3,35	0,54	2,81–3,89
Совокупности предприятий, предоставляющих коммунальные, социальные и персональные услуги	2,24	0,52	1,72–2,76

Источник: рассчитано автором.

ле, транспорте, а также на предприятиях, предоставляющих коммунальные, социальные и персональные услуги. В предпринимательских структурах, относящихся к трем остальным отраслям, средняя численность работников в расчете на одно предприятие составляет от 3 до 5 человек. Полученные значения средней численности занятых в МСП различных видов деятельности тесно связаны со специализацией предпринимательских структур на конкретных подвидах экономической деятельности, рассмотренной ранее. Так, для обрабатывающих производств характерны относительно трудоемкие технологические процессы, причем выпуск продукции связан с выполнением комплекса таких процессов. В гостиницах и ресторанах выполняется комплекс разноплановых функций, требующих специализации на них различных работников. Аналогичное положение характерно для большинства предприятий в сельском хозяйстве и строительстве. В таких видах деятельности, как торговля, транспорт и связь, а также предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг, на многих предприятиях численность работников не превышает 1–2 человек. Это юридические лица и особенно индивидуальные предпринима-

тели, специализированные на выполнении ограниченного перечня услуг. Так, в торговле это небольшие магазины и киоски. В сфере транспорта это несколько микроавтобусов (такси) или грузовых автомобилей. Аналогично в сфере услуг такая деятельность связана с предоставлением разовых услуг.

Важно отметить, что сложившаяся удельная численность работников, занятых в МСП, тесно связана с особенностями специализации таких предприятий на рассмотренных ранее видах и подвидах экономической деятельности.

Количество работников, в расчете на одно МСП, существенно различается по регионам. Такой вывод следует из смысла нормального распределения. Причем, как показывают функции (2)–(9), это характерно для всех видов экономической деятельности. В процессе исследований рассматривались три группы регионов по каждому из этих видов деятельности. В первую группу включались регионы, количество работников МСП в которых соответствовало интервалу, приведенному в столбце 4 табл. 4. Как указывалось выше, по каждому виду деятельности их большинство (68%) регионов. Так, по сельскому

хозяйству в большинстве регионов рассматриваемый показатель принимает значения от 2,65 до 6,61 человек. Можно сказать, что границы интервала характеризуют типичное для соответствующего вида деятельности количество работников, занятых в одном МСП. Во вторую группу были включены регионы с удельной численностью работников МСП большей, чем значение верхней границы интервала. МСП в сфере сельского хозяйства это регионы с предприятиями, среднее количество замещенных рабочих мест в которых больше 6,61 человек. В третью группу включались регионы с численностью работников МСП меньшей, чем нижняя граница интервала. Для МСП в сфере сельского хозяйства — меньше 2,65 человек.

Перечни регионов, относящихся ко второй и третьей группам по каждому из восьми наиболее значимых видов деятельности, приведены ниже. Для их выявления был проведен анализ удельных значений количества работников в расчете на одно МСП.

По совокупностям МСП, специализирующихся на сельском хозяйстве, значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (6,61), имели место в 2015 г. в таких регионах России, как Республики Мордовия и Удмуртская, Владимирская, Курская, Костромская, Вологодская, Рязанская, Ярославская, Нижегородская, Кировская области, Алтайский край.

По совокупностям МСП, специализирующихся на обрабатывающих производствах, значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (8,81), отмечались в таких областях, как Тульская, Воронежская, Ивановская, Псковская, Костромская, Тверская, Орловская, Ленинградская, Владимирская, Ярославская, Смоленская, Калужская, Московская.

По совокупностям МСП в сфере строительства значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (5,38), отмечались в таких регионах, как Республика Мордовия, Сахалинская, Самарская,

Смоленская, Брянская, Нижегородская, Липецкая, Тамбовская области, Еврейская автономная область.

По совокупностям МСП в торговле значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (3,15), отмечались в таких регионах, как город Санкт-Петербург, Свердловская, Костромская, Вологодская, Архангельская, Воронежская, Нижегородская области, Чукотский автономный округ, Забайкальский край.

По совокупностям гостиниц и ресторанов значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (6,41), отмечались в таких регионах, как город Москва, Костромская, Брянская, Орловская, Нижегородская, Кировская, Ярославская, Вологодская, Республики Марий Эл, Чувашия и Удмуртская.

По совокупностям МСП, специализированных на транспорте и связи, значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (3,01), отмечались в таких регионах, как города Санкт-Петербург и Москва, Иркутская, Кемеровская, Самарская, Московская, Калининградская, Смоленская области, Республики Крым и Чеченская, Приморский край.

По совокупностям МСП, специализированных на операциях с недвижимым имуществом, значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (3,89), отмечались в таких регионах, как города Москва и Санкт-Петербург, Тамбовская, Самарская, Оренбургская, Кемеровская, Нижегородская области, Республика Мордовия, Чукотский автономный округ, Забайкальский край.

По совокупностям МСП, предоставляющих коммунальные, социальные и персональные услуги, значения количества занятых большие, чем верхняя граница интервала (2,76), отмечались в таких регионах, как города Москва и Санкт-Петербург, Рязанская, Нижегородская, Липецкая, Ярославская области, Республики Мордовия и Чеченская.

По совокупностям МСП, специализирующихся на сельском хозяйстве, значения количества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (2,65), имели место в 2015 г. в таких регионах России, как Сахалинская, Магаданская области, Республики Северная Осетия — Алания, Дагестан, Карачаево-Черкесская, Кабардино-Балкарская, Хакасия, Алтай, Тыва, Калмыкия, Адыгея, Бурятия, Камчатский край.

По совокупностям МСП, специализирующихся на обрабатывающих производствах, значения количества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (4,77), отмечались в таких регионах, как Магаданская область, Республики Алтай, Тыва, Карачаево-Черкесская, Северная Осетия — Алания, Саха (Якутия), Калмыкия, Бурятия, Хакасия, Карелия, Чукотский автономный округ.

По совокупностям МСП в сфере строительства значения количества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (3,40), отмечались в таких регионах, как Магаданская, Ивановская, Калининградская области, Республики Карелия, Саха (Якутия), Бурятия, Удмуртская, Алтайский и Краснодарский края.

По совокупностям МСП в торговле значения количества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (2,13), отмечались в таких регионах, как Республики Карачаево-Черкесская, Кабардино-Балкарская, Северная Осетия — Алания, Адыгея, Калмыкия, Крым, Волгоградская и Ульяновская области, Краснодарский и Ставропольский края.

По совокупностям гостиниц и ресторанов значения количества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (3,69), отмечались в таких регионах, как Республики Калмыкия, Карачаево-Черкесская, Алтай, Кабардино-Балкарская, Тыва, Адыгея, Бурятия, Саха (Якутия), Северная Осетия — Алания, Ставропольский, Камчатский, Краснодарский края.

По совокупностям МСП, специализированных на транспорте и связи, значения ко-

личества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (1,87), отмечались в таких регионах, как Республики Дагестан, Карачаево-Черкесская, Северная Осетия — Алания, Кабардино-Балкарская, Калмыкия, Бурятия, Магаданская, Белгородская, Тульская области, Краснодарский край.

По совокупностям МСП, специализированных на операциях с недвижимым имуществом, значения количества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (2,81), отмечались в таких регионах, как Республики Крым, Ингушетия, Саха (Якутия), Алтай, Дагестан, Карелия, Калининградская и Мурманская области, Камчатский и Краснодарский края.

По совокупностям МСП, предоставляющих коммунальные, социальные и персональные услуги, значения количества занятых меньше, чем нижняя граница интервала (1,72), отмечались в таких регионах, как Республики Саха (Якутия), Калмыкия, Тыва, Бурятия, Кабардино-Балкарская, Магаданская и Архангельская области, Камчатский край.

В регионах, которые входят в третью группу, удельное количество работников в расчете на одно МСП мало и не позволяет в полной мере выполнять все функции и решать все стоящие перед предприятиями задачи. Для таких предприятий характерно совмещение выполняемых функций. По мнению авторов исследования [International Labour Conference, 2015], это приводит к относительно низкому уровню подготовки кадров (которые не могут обеспечить квалифицированное совмещение функций), снижению производительности труда и, как следствие, низкой эффективности деятельности таких предприятий. Указанные причины приводят к трудностям в привлечении высококвалифицированных работников и снижению конкурентоспособности МСП по сравнению с другими хозяйствующими субъектами. Поэтому в регионах, относящихся к третьей группе, можно констатировать наличие проблем в разви-

тии МСП. По этим регионам предпринимательский климат нуждается в существенном улучшении в ближайшее время.

Заключение

Проведенные исследования имеют научную и практическую значимость.

Научная значимость заключается в следующем:

- по каждому из 14 видов экономической деятельности определены основные подвиды деятельности, на которых специализируются юридические лица и индивидуальные предприниматели, относящиеся к МСП. Показано, что МСП специализируются не на всех, а только на определенных подвидах деятельности, то есть в каждой из отраслей они производят ограниченный перечень товаров и оказывают локальный спектр услуг. Приведены доли численности работников, занятых в каждом из основных подвидов. Определены виды экономической деятельности со схожими и отличающимися характеристиками специализации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Схожесть в структуре занятости отмечается в следующих видах деятельности: сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, гостиницы и рестораны. Наибольшие различия в специализации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей наблюдаются в сфере предоставления коммунальных, социальных и персональных услуг, здравоохранении, на предприятиях транспорта и связи, а также в торговле;

- определены удельные веса занятости в МСП, относящихся к каждому из видов экономической деятельности, в общей численности работников всех таких предприятий. Доказано, что удельный вес численности работников торговли составил почти 32% от общего количества занятых в МСП. Высокие значения соответствующих показателей отмечались в МСП, осуществляю-

щих операции с недвижимым имуществом (более 18%) и в обрабатывающих производствах (15%). Показано, что общее количество замещенных рабочих мест у индивидуальных предпринимателей было в 2,7 раза меньше, чем у юридических лиц. Эта закономерность характерна для всех видов экономической деятельности;

- определены восемь наиболее значимых видов деятельности, в каждом из которых занято более 500 тыс. человек. Показано, что на эти виды деятельности в 2015 г. приходилось около 95% численности всех работников МСП в России. К наиболее значимым видам экономической деятельности относятся оптовая и розничная торговля, строительство, обрабатывающие производства, операции с недвижимым имуществом, транспорт и связь, сельское хозяйство, гостиницы и рестораны, а также предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг. Остальные виды деятельности МСП не получили пока значительного развития;

- сложившаяся средняя численность работников, занятых в одном МСП, существенно дифференцирована в зависимости от специализации предприятий на различных видах экономической деятельности. Численность работников более пяти человек характерна для совокупностей предприятий в обрабатывающих производствах, гостиницах и ресторанах. Наименьшие значения по средней занятости работников отмечались в торговле, транспорте, а также предприятиях, предоставляющих коммунальные, социальные и персональные услуги (менее 3 человек);

- средняя численность работников в расчете на одно МСП, существенно различается по регионам. В процессе исследований были определены три группы регионов по каждому из видов деятельности. В первую группу вошло большинство регионов с наиболее типичными значениями этого показателя. Во вторую группу включены регионы с высокими значениями средней чис-

ленности работников, а в третью группу — с малыми значениями показателя.

По итогам исследований получены новые знания и инструменты для оценки сложившейся специализации МСП в отраслях и регионах. Эта информация может быть использована в исследованиях по проблемам экономики и управления предпринимательством, а также для обоснования программ развития предпринимательского сектора на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Кроме того, результаты работы могут быть использованы в текущей деятельности государственных, муниципальных и общественных организаций, связанной с регулированием и поддержкой малого и среднего бизнеса в решении задач мониторинга, оценки текущего уровня и определения путей повышения эффективности малого и среднего бизнеса. Результаты исследования могут применяться при обосновании мероприятий, направленных на реализацию Федеральной стратегии развития МСП на период до 2030 года.

Перспективы дальнейших исследований связаны с оценкой удельного веса МСП в общих показателях деятельности всего круга предприятий и организаций в различных отраслях.

Список литературы

1. Acs Z., Desai S., Hessels J. Entrepreneurship, economic development and institutions // *Small Business Economics*. 2008. No. 31. P. 219–234.
2. Baumol W. J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine // *Small Business Economics*. 2004. Vol. 23. P. 9–21.
3. Choi K.-S., Choi J. Small and Medium Business and Investment Decision // *Indian Journal of Science and Technology*. 2015. Vol. 8 (24). P. 1–6.
4. Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. The Role of Entrepreneurship in US Job Creation and Economic Dynamism // *Journal of Economic Perspectives*. 2014. Vol. 28. No. 3. P. 3–24.
5. Heinhold I., Gaede K. W. *Ingenieur statistic*. München, Wien: Springer Verlag, 1964. — 352 p.
6. Hermosa J., Paton J., Barroeta B. Smart specialization and entrepreneurial discovery: Theory and reality // *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*. 2015. №39. P. 5–22.
7. Hollender M., Wulf D. *Nonparametric methods of statistic*. Moscow: Finance and statistic, 1983. — 518 p.
8. International Labour Conference, 104th Session. Report IV Small and medium-sized enterprises and decent and productive employment creation. Geneva: International Labour Office (ILO), 2015. — 26 p.
9. Jenish N., Prucha I. R. Central limit theorems and uniform laws of large numbers for arrays of random fields // *Journal of Econometrics*. 2009. No. 150. P. 86–98.
10. Kramer G. *Mathematical methods of statistic*. Princeton. Princeton University Press, 1962. — 590 p.
11. Pearson E. S., D'Agostino R. B., Bowmann K. O. Test for departure from normality: Comparison of powers // *Biometrika*. 1977. No. 64. P. 231–246.
12. Shapiro S. S., Francia R. S. An approximate analysis of variance test for normality // *Journal of the American Statistical Association*. 1972. Vol. 67. P. 215–216.
13. Shokri A., Waring T. S., Nabhani F. Investigating the readiness of people in manufacturing SMEs to embark on Lean Six Sigma projects: An empirical study in the German manufacturing sector // *International Journal of Operations & Production Management*. 2016. Vol. 36. №8. P. 850–878.
14. Simon-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction? // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2016. Vol. 28. No. 1–2. Pp. 157–176.
15. Sollner R. The economic importance of small and medium-sized enterprises in Germany // *Wirtschaft und Statistik*. 2014. January. Pp. 40–51.
16. Statistics Explained. Eurostat. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?_EU... (accessed 20.01.2018).
17. Агеева О. А., Девянина А. В. Особенности развития малого бизнеса в России на современном этапе // *Вестник Университета (Государственный университет управления)*. 2017. №6. С. 60–66.
18. Белова Е. В., Березин С. В., Соловьев А. С. Развитие малого и среднего предпринимательства производственной и непроизводственной сферы в Нижегородской области // *Современные проблемы науки и образования*. 2014. №4.
19. Большев Л. Н., Смирнов Н. В. *Таблицы математической статистики*. М.: Наука. Главная редакция физико-математической литературы, 1983. — 416 с.
20. Веретенников А. И., Владыка М. В. Оценка динамики развития малого бизнеса в обрабатывающей промышленности региона // *Фундаментальные исследования*. 2017. №10–2. С. 311–315.
21. Гмурман В. Е. *Теория вероятности и математическая статистика*. Москва: Высшая школа. 2003. — 479 с.
22. Дмитриева Е. О. Модели развития малого предпринимательства в моногородах Российской Федерации // *Ars Administrandi. Искусство управления*. 2017. Т. 9. №2. С. 195–216.
23. Дульзон С. В. Современные формы и виды занятости при формировании ее новой парадигмы в сельском хозяйстве // *Агропродовольственная политика России*. 2017. №1 (61). С. 17–22.
24. Король С. П. Формирование эффективной организационной структуры управления в организациях строительного комплекса региона // *Региональная экономика и управление: Электронный научный журнал*. 2014. №4 (40). С. 137–147.
25. Кочеткова Е. Н., Трусова С. В. Развитие малого бизнеса в сфере потребительского рынка и услуг как фактор

экономического роста (на материалах Республики Хакасия) // Сервис plus. 2017. Т. 11. № 4. С. 78–92.

26. Красавин Е. М. Место малых предприятий в производственных кластерах // Актуальные вопросы экономических наук. 2008. № 2. С. 41–46.
27. Литвиненко И. Л. Оценка роли малого и среднего бизнеса в формировании региональной инновационной системы / В сборнике: Развитие экономических и межотраслевых наук в XXI веке XII Международная научно-практическая конференция. Сер. «Научный институт глобальной и региональной экономики (НИГРЭ)». 2015. С. 34–38.
28. Маслюкова Е. А. Мониторинг производственного потенциала предприятий малого и среднего бизнеса // Управленческие науки в современном мире. 2015. Т. 1. № 1. С. 35–39.
29. Мельников А. В. Малый и средний бизнес в добывающих отраслях // Вестник Российского нового университета. Серия: человек и общество. 2017. № 1. С. 47–49.
30. Менялов А. А., Рыкун Г. Н. Проблемы и перспективы развития малого гостиничного бизнеса // Вестник ИМСИТ. 2017. № 3 (71). С. 16–19.
31. Мироседи Т. Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в среднем промышленном городе // Интернет-журнал «Науковедение». 2014. № 4 (23).
32. Петроченко Л. В. Современная ситуация и перспективы развития торговли в Новосибирской области // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. 2015. № 1 (12). С. 51–59.
33. Штакал А. К. Розничная торговля и факторы, влияющие на ее развитие, на примере Приморского края // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. № 50–2. С. 153–158.
34. Пильник Н. Б., Куликова О. М., Кравцова М. В. Анализ благоприятных условий развития предпринимательской сферы в регионах России // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 120. С. 353–364.
35. Пиньковецкая Ю. С. Методология исследования показателей деятельности предпринимательских структур // Труды Карельского научного центра Российской академии наук. 2015. № 3. С. 83–92.
36. Федеральная служба государственной статистики. Сплошное наблюдение за деятельностью малого и среднего предпринимательства за 2015 год. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/small_business/itog2015/itog-spn2015.html (дата обращения 26.01.2018).
37. Ходасевич Г. Б. Обработка экспериментальных данных на ЭВМ. URL: http://opds.sut.ru/old/electronic_manuals/oed/f02.htm (дата обращения 10.11.2017).
38. Чурилова К. С., Билько А. М., Волкова Е. А. Формы хозяйствования в аграрном секторе Амурской области: организационно-экономический аспект // Дальневосточный аграрный вестник. 2015. № 4 (36). С. 60–69.
39. Шишкин Д. Г. Развитие малого предпринимательства в промышленно-развитом регионе в условиях экономического кризиса (на примере Пермского края) // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2014. № 11 (71).

References

1. Acs Z., Desai S., Hessels J. Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, 2008, no. 31, pp. 219–234.
2. Baumol W. J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine. *Small Business Economics*, 2004, vol. 23, pp. 9–21.
3. Choi K-S., Choi J. Small and Medium Business and Investment Decision. *Indian Journal of Science and Technology*, 2015, vol. 8 (24), pp. 1–6.
4. Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. The Role of Entrepreneurship in US Job Creation and Economic Dynamism. *Journal of Economic Perspectives*, 2014, vol. 28, no. 3, pp. 3–24.
5. Heinhold I., Gaede K. W. Ingenieur statistic. München, Wien, Springer Verlag, 1964, 352 p.
6. Hermosa J., Paton J., Barroeta B. Smart specialization and entrepreneurial discovery: Theory and reality. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*. 2015, no. 39, pp. 5–22.
7. Hollender M., Wulf D. Nonparametric methods of statistic. Moscow, Finance and statistic, 1983, 518 p.
8. International Labour Conference, 104th Session. Report IV Small and medium-sized enterprises and decent and productive employment creation. Geneva, International Labour Office (ILO), 2015, 26 p.
9. Jenish N., Prucha I. R. Central limit theorems and uniform laws of large numbers for arrays of random fields. *Journal of Econometrics*, 2009, no. 150, pp. 86–98.
10. Kramer G. Mathematical methods of statistic. Princeton. Princeton University Press, 1962, 590 p.
11. Pearson E. S., D'Agostino R. B., Bowmann K. O. Test for departure from normality: Comparison of powers. *Biometrika*, 1977, no. 64, pp. 231–246.
12. Shapiro S. S., Francia R. S. An approximate analysis of variance test for normality. *Journal of the American Statistical Association*, 1972, vol. 67, pp. 215–216.
13. Shokri A., Waring T. S., Nabhani F. Investigating the readiness of people in manufacturing SMEs to embark on Lean Six Sigma projects: An empirical study in the German manufacturing sector. *International Journal of Operations & Production Management*, 2016, vol. 36, no. 8, pp. 850–878.
14. Simon-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction? *Entrepreneurship and Regional Development*, 2016, vol. 28, no. 1–2, pp. 157–176.
15. Sollner R. The economic importance of small and medium-sized enterprises in Germany. *Wirtschaft und Statistik*, 2014, January, pp. 40–51.
16. Statistics Explained. Eurostat. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?_EU... (accessed 20.01.2018).
17. Ageeva O. A., Devyanina A. V. *Osobennosti razvitiya malogo biznesa v Rossii na sovremennom etape* [Features of small business development in Russia at the present stage]. *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyy universitet upravleniya)* University Vestnik (State university of management), 2017, no. 6, pp. 60–66.
18. Belova E. V., Berezin S. V., Soloviev A. S. *Razvitiye malogo i srednego predprinimatel'stva proizvodstvennoy i neproizvodstvennoy sfery v Nizhegorodskoy oblasti*

- [Development of small and medium enterprises in the sphere of production and non-production in Nizhny Novgorod region]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* — Modern problems of science and education, 2014, no. 4.
19. Bolshev L. N., Smirnov N. B. *Tablitsy matematicheskoy statistiki* [Tables of mathematical statistics]. Moscow, Nauka. Glavnaya redaktsiya fiziko-matematicheskoy literatury, 1983, 416 p.
 20. Churilova K. S., Bilko A. M., Volkova E. A. *Formy khozyaystvovaniya v agrarnom sektore Amurskoy oblasti: organizatsionno-ekonomicheskiy aspekt* [Forms of economic management in the agricultural sector of the Amur region: organizational and economic aspect]. *Dal'nevostochnyy Agrarnyy Vestnik — Fareast agricultural vestnik*, 2015, no. 4 (36), pp. 60–69.
 21. Dmitrieva E. O. *Modeli razvitiya malogo predprinimatel'stva v monogorodakh Rossiyskoy Federatsii* [Models of small business development in single-industry towns of the Russian Federation]. *Ars Administrandi*, 2017, vol. 9, no. 2, pp. 195–216.
 22. Dulzon S. V. *Sovremennyye formy i vidy zanyatosti pri formirovaniy yeye novoy paradigmy v sel'skom khozyaystve* [Modern forms and types of employment in the formation of its new paradigm in agriculture]. *Agroproduktovstvennaya politika Rossii — Agro-Food policy of Russia*, 2017, no. 1 (61), pp. 17–22.
 23. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki. Sploshnoye nablyudeniye za deyatel'nost'yu malogo i srednego predprinimatel'stva za 2015 god* [Federal state statistics service. Continuous monitoring of the activities of small and medium-sized businesses in 2015]. Available at: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/small_business/itog2015/itog-spn2015.html (accessed 26.01.2018).
 24. Gmurman V. E. *Teoriya veroyatnosti i matematicheskaya statistika* [Probability theory and mathematical statistics]. Moscow, Higher education, 2003, 479 p.
 25. Khodasevich G. B. *Obrabotka eksperimental'nykh dannykh na EVM* [Processing of experimental data on the computer]. Available at: http://opds.sut.ru/old/electronic_manuals/oed/f02.htm (accessed 10.01.2018).
 26. Kochetkova E. N., Trusova S. V. *Razvitiye malogo biznesa v sfere potrebitel'skogo ranka i uslug kak faktor ekonomicheskogo rosta (na materialakh Respubliki Khakasiya)* [Development of small business in the sphere of consumer market and services as a factor of economic growth (on the materials of the Republic of Khakasia)]. *Servis plus — Service plus*, 2017, vol. 11, no. 4, pp. 78–92.
 27. Korol S. P. *Formirovaniye effektivnoy organizatsionnoy struktury upravleniya v organizatsiyakh stroitel'nogo kompleksa regiona* [Formation of an effective organizational structure of management in the organizations of the construction complex in the region]. *Regional'naya ekonomika i upravleniye: Elektronnyy nauchnyy zhurnal — Regional economy and management: Electronic scientific journal*, 2014, no. 4 (40), pp. 137–147.
 28. Krasavin E. M. *Mesto malyykh predpriyatiy v proizvodstvennykh klasterakh* [Place of small enterprises in production clusters]. *Aktual'nyye voprosy ekonomicheskikh nauk — Topical issues of economic sciences*, 2008, no. 2, pp. 41–46.
 29. Litvinenko I. L. *Otsenka roli malogo i srednego biznesa v formirovaniy regional'noy innovatsionnoy sistemy* [Evaluation of the role of small and medium business in the formation of the regional innovation system]. *Razvitiye ekonomicheskikh i mezhotraslevykh nauk v XXI veke XII Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya. Ser. «Nauchnyy institut global'noy i regional'noy ekonomiki (NIGRE)»* [Development of economic and inter-sectoral sciences in XXI century. XII international scientific-practical conference. Ser. «Scientific Institute of global and regional economy (NIGRE)»], 2015, pp. 34–38.
 30. Maslyukova E. *Monitoring proizvodstvennogo potentsiala predpriyatiy malogo i srednego biznesa* [Monitoring the production potential of enterprises small and medium business]. *Upravlencheskiye nauki v sovremennom mire — Management sciences in the modern world*, 2015, vol. 1, no. 1, pp. 35–39.
 31. Melnikov A. V. *Malye i sredniy biznes v dobyvayushchikh otraslyakh* [Small and medium business in the mining industries]. *Vestnik Rossiyskogo novogo universiteta. Seriya: chelovek i obshchestvo — Vestnik of Russian new university. Series: man and society*, 2017, no. 1, pp. 47–49.
 32. Menyalov, A., Rykun G. N. *Problemy i perspektivy razvitiya malogo gostinichnogo biznesa* [Problems and prospects of development small hotel business]. *Vestnik IMSIT — Vestnik IMSIT*, 2017, no. 3 (71), pp. 16–19.
 33. Miroseidi T. G. *Razvitiye malogo i srednego predprinimatel'stva v srednem promyshlennom gorode* [Development of small and medium entrepreneurship in average industrial city]. *Internet-zhurnal «Naukovedeniye» — Internet-journal «Science»*, 2014, no. 4 (23).
 34. Petrochenko L. V. *Sovremennaya situatsiya i perspektivy razvitiya trgovli v Novosibirskoy oblasti* [Current situation and prospects of trade development in the Novosibirsk region]. *Vestnik Sibirskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii — Bulletin of the Siberian University of consumer cooperation*, 2015, no. 1 (12), pp. 51–59.
 35. Pilnik N. B., Kulikova O. M., Kravtsov M. V. *Analiz blagopriyatnykh usloviy razvitiya predprinimatel'skoy sfery v regionakh Rossii* [Analysis of enabling conditions for the development of the entrepreneurial sphere in the regions of Russia]. *Politematicheskii setevoy elektronnyy nauchnyy zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta — Polythematic network electronic scientific journal of the Kuban state agrarian University*, 2016, no. 120, pp. 353–364.
 36. Pinkovetskaia I. S. *Metodologiya issledovaniya pokazateley deyatel'nosti predprinimatel'skikh struktur* [Methodology of research indicators of activity entrepreneurial structures]. *Trudy Karelskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk — Proceedings of Karelian scientific center Russian Academy of Sciences*, 2015, no. 3, pp. 83–92.
 37. Shishkin D. G. *Razvitiye malogo predprinimatel'stva v promyshlenno-razvitom regione v usloviyakh ekonomicheskogo krizisa (na primere Permskogo kraya)* [Development of small business in the industrialized region in the economic crisis (on the example of Perm region)]. *Upravleniye ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal — Management of economic systems: electronic scientific journal*, 2014, no. 11 (71).

38. Stakal A. K. *Roznichnaya trgovlya i faktory, vliyayushchiye na yeye razvitiye, na primere Primorskogo kraya* [Retail trade and factors influencing on its development, for example, in Primorsky region]. *Aktual'nyye voprosy ekonomicheskikh nauk* — Actual questions of Economic sciences, 2016, no. 50–2, pp. 153–158.
39. Veretennikov A. I., Bishop, M. V. *Otsenka dinamiki razvitiya malogo biznesa v obrabatyvayushchey promyshlennosti regiona* [Assessment of dynamics development of small business in the manufacturing industry of the region]. *Fundamental'nie issledovaniya* — Fundamental research, 2017, no. 10–2, pp. 311–315.

I. Pinkovetskaia, Economic analysis and state management department Ulyanovsk State University, Ulyanovsk, Russia, judy54@yandex.ru

Industrial specialization of subjects small and medium entrepreneurship in Russia: employment analysis

The paper deals with the results of assessing the current specialization of small and medium-sized enterprises in Russia by types and subspecies of economic activity. Information on the number of employees employed in such enterprises was used to assess specialization. In addition, the specific number of employees per enterprise for the eight most significant types of economic activity was studied. The data of continuous monitoring of small and medium-sized businesses for 2015 conducted by the Federal state statistics service is used as an information base. It is shown that legal entities and individual entrepreneurs specialize not on all, but only on certain subspecies of activity. The branch structure of activity of small and medium enterprises is defined. The current number of employees employed in one enterprise is significantly differentiated depending on the specialization of enterprises in different types of economic activity, as well as the territorial location of these enterprises. The research resulted in new knowledge and tools to assess the current specialization of SMEs in industries and regions. This information can be used in studies on the economy and business management, as well as to substantiate programs for the development of the business sector at the Federal, regional and municipal levels.

Keywords: legal entities, individual entrepreneurs, type of economic activity, distribution density function, specialization, number of employees.

About author:

I. Pinkovetskaia, *PhD in Economics*

For citation:

Pinkovetskaia I. Industrial specialization of subjects small and medium entrepreneurship in Russia: employment analysis. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 6 (72), pp. 125–143 (in Russian, abstr. in English).

ПОДПИСКА - 2019

Журнал «Современная конкуренция» выходит 4 раза в год

1 номер 1190 руб. 2 номера (полугодие) 2380 руб. 4 номера (годовая) 4760 руб.

Вы можете выбрать любой удобный для вас вид подписки.

Подписка через редакцию

Отправьте заявку на edit@synergy.ru
или позвоните по тел. +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04).
Доставка включена в стоимость подписки.

Подписка по почте

По каталогу агентства «Роспечать» подписной индекс **36207**;
по объединенному каталогу «Пресса России» подписной индекс **88060**;
по каталогу российской прессы «Почта России» подписной индекс **14246**.

Руководитель службы маркетинга А. А. Розанцев
тел. +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04), e-mail: arozantsev@synergy.ru.

Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

**Электронный выпуск, а также отдельные статьи журнала можно приобрести на сайтах
www.moderncompetition.ru, www.elibrary.ru и www.litres.ru.**

К оплате принимаются все виды электронных платежей, банковские карты.
Возможна также оплата с помощью SMS.

Учредитель и издатель:

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-промышленный университет «Синергия».
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-57863 от 25.04.2014 г.
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Редакция:

Заместитель главного редактора *А. И. Коваленко*
Литературный редактор *А. К. Наумко*
Дизайн макета и верстка: *Б. В. Зипунов*

Адрес редакции и издателя:

129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр.1 (юрид.);
125190, Москва, Планетная ул., д. 36, оф. 301, 302.
Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04).
Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04); (905) 510-00-58;
e-mail: edit@synergy.ru; Alkovaenko@synergy.ru;
www.moderncompetition.ru.

Наши реквизиты:

Университет «Синергия»
ИНН 7729152149
КПП 770201001
ОГРН 1037700232558
Р/с 40703810338180120073
БИК 044525225
К/с 30101810400000000225
Сбербанк России (ПАО) Вернадское ОСБ

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция» обязательна.
Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.

© Университет «Синергия»

Подписано в печать 18.12.2018

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в ООО «САМ ПОЛИГРАФИСТ».
129090, г. Москва, Протопоповский пер., д. 6