

Перфильев С.В., Горбова О.Ю., Кузнецова О.И.

**Мониторинг и анализ развития
конкуренции на региональном
уровне
(на примере Рязанской области)**

УДК 332.1

Мониторинг и анализ развития конкуренции на региональном уровне (на примере Рязанской области): монография / С.В. Перфильев, О.Ю. Горбова, О.И. Кузнецова В.А.; Рязан. гос.радиотехн. ун-т. Рязань, 2021. 104 с.

Приведены основные сведения о конкуренции, государственном регулировании конкуренции. Рассмотрены мониторинг и анализ состояния конкуренции на региональных рынках. Представлена оценка конкуренции и обозначены проблемы развития конкуренции на региональных рынках.

Предназначено для студентов очной и заочной формы обучения по направлению 38.03.04 - "Государственное и муниципальное управление".

Табл. 14. Ил. 13. Библиогр.: 43 назв.

Конкуренция, государственное регулирование конкуренции, мониторинг конкуренции на региональных рынках, методика оценки состояния конкурентной среды

Печатается по решению редакционно-издательского совета Рязанского государственного радиотехнического университета.

Рецензент: кафедра ГМКУ Рязанского государственного радиотехнического университета (зав. кафедрой – С.В. Перфильев)

П е р ф и л ь е в Сергей Валерьевич

Г о р б о в а Ольга Юрьевна

К у з н е ц о в а Ольга Ивановна

Мониторинг и анализ развития конкуренции на региональном уровне
(на примере Рязанской области)

Редактор

Корректор

Подписано в печать 01.06.11. Формат бумаги 60х84 1/16.

Бумага газетная. Печать трафаретная. Усл. печ. л. 3,25.

Тираж 100 экз. Заказ

Рязанский государственный радиотехнический университет.

390005, Рязань, ул.Гагарина, 59/1.

Радакционно-издательский центр РГРТУ.

© Рязанский государственный
радиотехнический университет, 2021

Аннотация

Настоящее исследование посвящено некоторым итогам работы коллектива авторов по мониторингу и анализу конкуренции на региональных рынках товаров, работ и услуг, которые были получены в течение последних шести лет.

Материал преимущественно представлен на основе Рязанской области. Однако приводятся данные и по другим регионам РФ. Кроме этого, авторы критически рассматривают вопросы методического обеспечения формализованной оценки состояния конкуренции на региональных рынках. Приводится аналитический графический и табличный материал по данной тематике.

Работы исследовательского характера выполнялись по заданию Министерства промышленности и экономического развития Рязанской области.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Государственное регулирование конкуренции.....	7
1.1. Конкуренция как институт.....	7
1.2. Государственная защита конкуренции и Национальный план развития конкуренции в РФ.....	11
1.3. Стандарт развития конкуренции в субъектах РФ.....	19
Глава 2. Мониторинг и анализ состояния конкуренции на региональных рынках.....	27
2.1. Методические основы проведения мониторинга.....	27
2.2. Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности.....	31
2.3. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта РФ и состоянием ценовой конкуренции.....	35
2.4. Анализ удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках и деятельностью по содействию развитию конкуренции.....	37
2.5. Анализ уровня конкуренции на рынках финансовых услуг.....	39
2.6. Проблемы анкетирования.....	49
Глава 3. Оценка состояния конкуренции на рынках товаров, работ и услуг.....	50
3.1. Теоретический аспект.....	51
3.2. Методика формализованной оценки состояния конкурентной среды.....	56
3.3. Ограничения, связанные с применением методики.....	62
Глава 4. Проблемы развития конкуренции на региональных рынках..	64
4.1. Развитие конкуренции на региональных рынках медицинских услуг.....	64
4.2. Особенности развития конкуренции на рынке услуг общего образования.....	76
4.3. Институциональные преобразования в развитии конкуренции в социальной сфере.....	83
Заключение.....	88
Библиографический список.....	89

Введение

Государство и конкуренция: соотношение этих понятий – одна из ключевых проблем современной науки государственного управления. Конкуренция рассматривается как одно из важнейших условий и механизмов регионального развития, повышения эффективности производства и управления, роста производительности труда.

Конкуренция становится глобальной. Ее не ограничивают национальные и, тем более региональные (внутри государства), границы. Каждая страна в мировой экономике (или регион – в национальной) борется и постепенно занимает свое место в международном (национальном) разделении труда. Бизнес в той или иной степени воспринял происходящие изменения. Он принял новую конкурентную экономику как способ самоорганизации. Он создает новые отрасли, те, которые раньше не существовали, меняет свою структуру, использует новые возможности управления, становится более прозрачным. Государства и регионы также начинают работать по законам конкуренции, которая не сковывается административными границами.

Поддержка конкуренции гарантируется Конституцией Российской Федерации, является одной из основ конституционного строя Российской Федерации, а также постоянным приоритетом государственной политики. Государство пытается стимулировать регионы к приложению усилий по развитию конкуренции, рассматривая последнюю, как важнейшее условие регионального развития.

Развитие конкуренции в экономике является многоаспектной задачей, решение которой в значительной степени зависит от эффективности проведения государственной политики по широкому спектру направлений: от макроэкономической политики, создания благоприятного инвестиционного климата, включая развитие финансовой и налоговой системы, снижение административных и инфраструктурных барьеров, до

защиты прав граждан и национальной политики. Принимаются Указы, Законы и Национальный план развития конкуренции в РФ, утверждаются стандарты развития конкуренции на региональном уровне, ведется мониторинг этих процессов и попытка оценки количественных цифровых показателей развития конкуренции.

Регионы все активнее начинают бороться за инвестора, за интеллект, который будет работать на территории, за свое место на рынке. Однако на сегодня государство как институт (равно как и входящие в него регионы) остается самой большой и слабо организованной корпорацией, в подавляющем большинстве случаев уступающей бизнесу по эффективности, прозрачности и предсказуемости.

Авторы настоящей работы не ставят целью всеобъемлюще и всесторонне рассмотреть вопросы развития конкурентной среды на региональных рынках. Основной акцент делается на социальные рынки, на те сферы деятельности, которые традиционно относятся к сфере деятельности государства (это образование, здравоохранение, социальная политика и т.п.), а стало быть, также традиционно, менее других, исторически предрасположенных к конкурентной деятельности.

Данная работа основана на результатах исследований, проводимых коллективом авторов в последние 6 лет и выполняемых по заказу Министерства промышленности и экономического развития Рязанской области. Понятно, что предлагаемый материал в большей степени основан на материалах Рязанской области.

Кроме этого, авторы критически рассматривают вопросы методического обеспечения формализованной оценки состояния конкуренции на региональных рынках. Приводится аналитический графический и табличный материал по данной тематике.

Авторы рассматривают дискуссионные вопросы оценки и развития конкуренции по отдельным рынкам, а также проблемы формирования их географических границ, в том числе применительно к вопросам управления

рынками в рамках границ административно-территориальных образований.

Следует также отметить, что публикация носит не только исследовательский, но и учебный характер и может быть использована при подготовке бакалавров и магистров, обучающихся по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление».

Глава 1. Государственное регулирование конкуренции

1.1. Конкуренция как институт

Институциональная экономика занимается изучением институциональной среды как общих правовых и иных условий функционирования агентов экономической деятельности. Она «определяет условия, в которых идет реализация экономических законов. Люди могут воздействовать на эти условия и через них менять характер протекающих процессов и определяющих их законов»¹. Экономические институты характеризуются при этом как достаточно устойчивые и «долговечные системы формальных правил»².

На определенном этапе развития социально-экономических отношений возникают феномен их повторяемости и тенденции к унификации. Собственно, именно практикой вырабатываются общие правила, признаваемые большей частью того сообщества, которое их использует. Со своей стороны, такое сообщество становится заинтересованными в том, чтобы такие правила:

- а) существовали;
- б) были известны всему кругу участников;
- в) исполнялись всеми участниками.

В результате можно говорить об институционализации того или иного отношения и формировании института как системы устоявшихся и общепринятых правил.

В исторической ретроспективе оформление конкуренции как института шло путем закрепления и формализации постоянно

¹ Бабаев Б.Д., Бабаев Д.Б. Николаева Е.Е. Взаимодействие политической экономики и институционализма как императив // Второй международный политэкономический конгресс «Возвращение политэкономии»: сб. материалов/ под ред. А.В. Бузгалина и М.И. Воейкова В 2-х т. Т. 2. М.: Культурная революция, 2015. С. 44–52.

² Вакурова О.А. Экономические институты: историческое прошлое и возможное будущее // Второй международный политэкономический конгресс «Возвращение политэкономии»: сб. материалов/ под ред. А.В. Бузгалина и М.И. Воейкова В 2-х т. Т. 2. М.: Культурная революция, 2015. С. 53–60.

повторяющихся конкурентных практик. Д. Норт в работе «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики» отмечает: ...«институт – это «правила игры» в обществе или, выражаясь более формально, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми... Они задают структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия – будь то в политике, социальной сфере или экономике... Они состоят из формальных писаных правил и обычно неписаных кодексов поведения, которые лежат глубже формальных правил и дополняют их»³. Исходя из такого определения, конкуренцию как институт можно трактовать в качестве «правил игры» в ситуации конкурентного взаимодействия и механизма принуждения и побуждения к соблюдению этих правил⁴.

Рыночная система хозяйствования, основным структурным элементом которой и являются конкурентные отношения, сама по себе не является общественно-ориентированной. Существуют так называемые «провалы» рынка, которые требуют формирования и защиты интересов общества в целом другими (нерыночными) механизмами (государство, общественные организации). Так, например, на рынке жилья, в связи со сложностями в развитии ипотечного кредитования на рыночных принципах, возникает потребность в том, чтобы государство взяло на себя часть процентной ставки по ипотечному кредиту, тогда можно решать проблему доступности кредитов и жилья.

В связи с этим институт конкуренции можно определить и как формализованный общественный интерес в сфере конкуренции, как форму взаимодействия субъектов конкурентных отношений. В «Большой Российской энциклопедии» конкуренция трактуется как «форма и мера

³ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики (Современная институционально-эволюционная теория)/ пер. с англ. А. Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. М., 1997. 180 с.

⁴ Николаева Е.Е., Азаров Т.В. К вопросу конкуренции как институте // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2016. №3 (47). С. 132-140.

ограничения экономической свободы в системе взаимоотношений участников воспроизводственного процесса. В условиях рыночной трансформации и постоянных колебаний спроса и предложения хозяйствующие субъекты взаимоисключаяще стремятся удовлетворить платёжеспособные общественные потребности и таким образом реализовать свой экономический интерес. При таком соперничестве ограничение экономической свободы имеет своей позитивной и содержательной целью обеспечение общеэкономической эффективности»⁵.

Конкуренцию с позиций институционализма можно рассматривать как **совокупность правовых и организационных методов воздействия на участников экономической деятельности**. Приведенная формулировка фокусирует свое внимание на инструментальной стороне вопроса, выделяя ценность конкуренции как координатора взаимодействий, поскольку в фокусе внимания в данном случае находятся правовые и организационные механизмы регуляции конкурентных отношений.

Экономические законы познаются и используются людьми (домашними хозяйствами, предприятиями, государством) в своих целях и интересах. Экономические агенты, действуя в конкурентной среде, либо приспосабливаются к окружающему их институциональному миру, либо строят свою стратегию, пытаясь внести какие-то изменения в этот мир, либо держат нейтральную позицию. Рассмотрение поведения людей позволяет выйти на вопрос об альтернативах, выборе варианта поведения, «границах возможностей» субъектов хозяйственной деятельности с целью получения конкурентных преимуществ.

И в этой связи объективно может возникать вопрос о характере конкуренции: добросовестной и недобросовестной. Под добросовестной конкуренцией обычно понимается ведение конкурентной борьбы методами, допускаемыми законом и нормами общества. Об этих инструментах

⁵ Васильев А. Н. Конкуренция // Большая Российская энциклопедия. Т. 15. М.: Науч. изд-во «Большая российская энциклопедия», 2010. С. 51–52.

конкуренции потребители информированы, про них знают конкуренты. При недобросовестной конкуренции используются скрытые (теневые) методы, которые противоречат законам и общепринятым обществом нормам (подделка, копирование известных брендов в названии фирм, «промышленный шпионаж», сговор, негативная информация о конкурентах, физические действия против конкурентов и др.). В результате создается альтернативная конкурентная среда, теневая экономика. Однако, если масштабы практик недобросовестной конкуренции достигают определенного уровня повторяемости и систематичности, то можно говорить и о формировании некоторой альтернативной (теневой) институциональной среде в конкурентной сфере.

«Экономическая свобода может быть ограничена лишь в той мере, в которой неравномерно распределена экономическая власть между хозяйствующими субъектами, т.е. доступ соперничающих хозяйствующих субъектов к привлекательным, но ограниченным естественным, трудовым и инвестиционным ресурсам. Экономическая власть одних одновременно ограничивает права экономического выбора для других. Любое ограничение экономической свободы может осуществляться как экономическими, так и внеэкономическими средствами и методами. Основной внеэкономический метод — правовая регламентация: естественно-монопольное законодательство, антитрестовское, о добросовестности конкуренции, о запрещении предоставления монопольных прав и др. Допустимая степень концентрации экономической власти законодательно регламентируется лишь в целесообразной мере, необходимой для создания той или иной конкурентной среды, организации и управления процессами национального капиталобразования, а также решения иных социально-экономических задач государства. Определённые способ и мера такого ограничения формируют характер той или иной конкурентной среды»⁶.

⁶ Васильев А. Н. Конкуренция // Большая Российская энциклопедия. Т. 15. М.: Науч. изд-во «Большая российская энциклопедия», 2010. С. 51–52.

Главенствующая роль в формировании такой среды, в институционализации конкуренции принадлежит, безусловно, государству. Именно государство является монопольным творцом формальных правил и норм. Именно государство выступает созидателем институциональной среды, легитимизирующей формальные нормы и правила конкурентного взаимодействия. Однако степень и характер государственного участия в процессах институционализации конкуренции может отличаться. Так, например, ряд авторов относят к числу особенностей конкуренции в России “неразвитость форм самоорганизации и саморегулирования частного бизнеса, укрепление модели «государственного капитализма»”⁷. Указанная особенность предопределяет высокую степень государственного вмешательства в конкурентные процессы.

1.2. Государственная защита конкуренции и Национальный план развития конкуренции в РФ

Государство как основной регулирующий орган защищает и развивает конкуренцию. В 2006 году был принят федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции»⁸. Закон установил организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждение и пресечение:

- монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
- недопущения, ограничения и устранения конкуренции органами государственной власти и органами местного самоуправления.

Целями Закона являются защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков. Закон на юридическом поле ввел понятия «монополистической деятельности», «недобросовестной

⁷ Вакурова О. А. Экономические институты: историческое прошлое и возможное будущее // Второй международный политэкономический конгресс «Возвращение политэкономии»: сб. материалов/ под ред. Бузгалина А. В. и Воейкова М. И. В 2-х т. Т. 2. М.: Культурная революция, 2015. С. 53–60.

⁸ Федеральный закон №135-ФЗ от 26 июля 2006 г. «О защите конкуренции».

конкуренции» и методы их устранения, запрет на действия (бездействие) органов власти всех уровней, ограничивающих конкуренцию. Закон определил также сферы и особенности предоставления государственных и муниципальных преференций.

В 2012 г. был принят план ("Дорожная карта") «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики»⁹. В качестве основных целей в нем среди прочего устанавливалось:

- включение функций по развитию конкуренции в приоритеты деятельности федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации;
- внедрение лучших практик развития конкуренции в субъектах Российской Федерации;
- снижение доли государственного сектора в экономике;
- развитие конкуренции в инфраструктурных отраслях, включая сферы естественных монополий и др.

«Дорожная карта – 2012» включала в себя как общесистемные мероприятия, так и отраслевые направления работы.

В 2017 г. Указом Президента РФ¹⁰ был утвержден «Национальный план развития конкуренции в РФ на 2018 – 2020 годы». Указ устанавливал, что «развитие конкуренции является приоритетным направлением» в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления. Целями совершенствования государственной политики по развитию конкуренции установлены:

- а) повышение удовлетворенности потребителей за счет расширения ассортимента товаров, работ, услуг, повышения их качества и снижения цен;
- б) повышение экономической эффективности и

⁹ Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. №2579-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики».

¹⁰ Указ Президента РФ № 618 от 21 декабря 2017 г. «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции».

конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, в том числе за счет обеспечения равного доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий и государственным услугам;

в) стабильный рост и развитие многоукладной экономики, развитие технологий, снижение издержек в масштабе национальной экономики, снижение социальной напряженности в обществе, обеспечение национальной безопасности.

В качестве основополагающих принципов государственной политики по развитию конкуренции определялись:

а) сокращение доли хозяйствующих субъектов, учреждаемых или контролируемых государством;

б) обеспечение равных условий и свободы экономической деятельности на территории Российской Федерации;

в) обеспечение развития малого и среднего предпринимательства;

г) направленность государственных инвестиций на развитие конкуренции;

д) обеспечение условий для привлечения инвестиций хозяйствующих субъектов в развитие товарных рынков;

е) недопустимость сдерживания экономически оправданного перехода сфер естественных монополий из состояния естественной монополии в состояние конкурентного рынка;

ж) государственное регулирование цен (тарифов), основанное на окупаемости организаций, осуществляющих регулируемые виды деятельности, при снижении издержек и повышении их эффективности, обеспечивающее интересы потребителей в долгосрочной перспективе;

з) недопустимость государственного регулирования цен (тарифов), осуществляемого посредством определения цен (тарифов) или их предельного уровня на конкурентных товарных рынках;

и) развитие конкуренции в сферах экономической деятельности государственных предприятий, предприятий с государственным участием;

к) сочетание превентивного и последующего контроля для целей защиты конкуренции;

л) стимулирование хозяйствующих субъектов, в том числе занимающих доминирующее положение на товарных рынках, внедряющих систему внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства;

м) измеримость результатов государственной политики по развитию конкуренции;

н) стимулирование со стороны государства добросовестных практик осуществления хозяйственной деятельности;

о) информационная открытость деятельности инфраструктурных монополий.

Принятый Национальный план развития конкуренции в РФ на 2018 – 2020 годы предусматривал достижение следующих ключевых показателей:

а) обеспечение во всех отраслях экономики РФ, за исключением сфер деятельности субъектов естественных монополий и организаций оборонно-промышленного комплекса, присутствия не менее трех хозяйствующих субъектов, не менее чем один из которых относится к частному бизнесу;

б) снижение количества нарушений антимонопольного законодательства со стороны органов государственной власти и органов местного самоуправления к 2020 г. не менее чем в 2 раза по сравнению с 2017 г.;

в) увеличение к 2020 году доли закупок, участниками которых являются только субъекты малого предпринимательства и социально ориентированные некоммерческие организации, в сфере государственного и муниципального заказа не менее чем в два раза по сравнению с 2017 годом, а также увеличение отдельными видами юридических лиц объема закупок, участниками которых являются только субъекты малого и среднего предпринимательства, до 18 % к 2020 году.

В целях реализации основных направлений государственной

политики по состоянию и развитию конкуренции, а также оценки эффективности государственной политики по развитию конкуренции предполагалось ежегодно осуществлять анализ и оценку степени достижения показателей, предусмотренных планами мероприятий по развитию конкуренции на 2018 – 2020 годы. Проводимый анализ и оценка включали в себя следующую информацию:

- оценка состояния и основные тенденции развития конкуренции в РФ, в том числе с учетом показателей международных организаций;
- сведения о выполнении мероприятий (в том числе планов развития конкуренции), достижении ключевых показателей, предусмотренных Национальным планом;
- основные проблемы, тенденции и предложения по развитию конкуренции в отдельных отраслях;
- оценка состояния конкуренции в субъектах Российской Федерации;
- оценка состояния конкуренции институтами гражданского общества.

Анализ и оценка должны давать заключение о соответствии документов стратегического планирования и государственных программ принципам государственной политики по развитию конкуренции, о факторах, ограничивающих конкуренцию в установленных сферах деятельности и отраслях, и принятых мерах по отмене или изменению нормативных правовых актов, приводящих к избыточному государственному регулированию в установленных сферах деятельности.

Принятый Национальный план определил перечень отраслей экономики (видов деятельности) и ожидаемые результаты от мер по развитию конкуренции. В табл. 1 приводится сокращенный перечень этих отраслей в соответствии с тематикой публикации.

Таблица 1

Перечень отраслей экономики (видов деятельности) и ожидаемых результатов развития конкуренции

	Отрасль (сфера) экономики (виды деятельности)	Ожидаемые результаты
1	Здравоохранение, в том числе рынки лекарственных препаратов для медицинского применения, рынки медицинских изделий, рынки медицинских услуг	- обеспечение функционирования рынков лекарственных препаратов для медицинского применения и рынков медицинских изделий на принципах взаимозаменяемости; - снижение цен на лекарственные препараты для медицинского применения и медицинские изделия, улучшение их доступности для граждан; - обеспечение недискриминационного распределения финансовых средств системы обязательного медицинского страхования за оплату медицинских услуг, оказанных гражданам в рамках программы гарантий бесплатного оказания медицинской помощи
2	Рынок социальных услуг	обеспечение возможности участия в оказании социальных услуг негосударственным организациям на недискриминационной основе
3	Дорожное строительство	- сокращение доли закупок, признанных несостоявшимися, с 30 % в 2017 году не менее чем на 5 % в год. Исключение участия в торгах лиц, входящих в группу, определяемую в соответствии с антимонопольным законодательством; - декартелизация сферы дорожного строительства, в том числе при осуществлении государственных закупок на содержание, ремонт и строительство объектов дорожного хозяйства
4	Жилищно-коммунальное хозяйство, в том числе теплоснабжение, водоснабжение, водоотведение	- сокращение в субъекте РФ доли полезного отпуска ресурсов, реализуемых государственными и муниципальными унитарными предприятиями, в общем объеме таких ресурсов, реализуемых в субъекте РФ, до следующих показателей (при условии неувеличения доли полезного отпуска ресурсов, реализуемого государственными и муниципальными унитарными предприятиями, в общем объеме таких ресурсов, реализуемых в субъекте РФ, по сравнению с уровнем 2016 года в субъектах РФ, где на момент утверждения Национального плана уже достигнуты показатели первого или последующих годов): теплоснабжение - до 20 процентов в 2019

Продолжение таблицы 1

	Отрасль (сфера) экономики (виды деятельности)	Ожидаемые результаты
		году и до 10 процентов в 2020 году; водоснабжение - до 20 процентов в 2019 году и до 10 процентов в 2020 году; водоотведение - до 20 процентов в 2019 году и до 10 процентов в 2020 году
5	Транспортные услуги	- развитие добросовестной конкуренции на рынке грузовых перевозок (автомобильный, железнодорожный, воздушный и водный виды транспорта) и связанных с ними услуг; - дальнейшее развитие институтов взаимодействия государства и бизнеса (в том числе в рамках совета рынка транспортных услуг); - развитие электронных систем транспортных услуг, в том числе для малого и среднего бизнеса, которые предоставляются организациями в сфере транспорта, не являющимися субъектами естественных монополий, и (или) в отношении которых не применяется ценовое регулирование, в том числе путем запуска в эксплуатацию электронной торговой площадки по перевозкам грузов, и формирование рыночных индикаторов на цены. Контроль уровня экономической концентрации в сфере грузового транспорта; - актуализация нормативной базы в сфере грузовых перевозок, в том числе разработка правил недискриминационного доступа к услугам портов, актуализация правил недискриминационного доступа к услугам железнодорожных перевозок и стандартов раскрытия информации; - утверждение нового тарифного прейскуранта открытого акционерного общества "РЖД" (в том числе выделение локомотивной составляющей тарифа в необходимой валовой выручке субъекта регулирования); - комплексное развитие межрегиональных и муниципальных перевозок различными видами транспорта (развитие межвидовой конкуренции пассажирских перевозок); - разработка баланса межвидовой конкуренции в сфере грузовых и пассажирских перевозок (включая внутренний водный, железнодорожный транспорт и трубопроводный транспорт)

Для достижения запланированных ожидаемых результатов был разработан план мероприятий, и на сегодняшний день уже можно подвести некоторые итоги. Исследование отчетов ФАС¹¹ показало, что значительная часть мероприятий по рассматриваемым отраслям так и не была исполнена. Например, в области развития конкуренции на рынках лекарственных услуг наиболее значимыми представляются мероприятия по введению санкций на производителей лекарственных препаратов за непредоставление образцов для клинических испытаний по итогам разработки препарата, нарушение требований максимальной цены на разработанные образцы жизненно необходимых препаратов и т.д. Кроме того, планировались разработка реестра типовых инструкций по применению взаимозаменяемых препаратов, введение обязательств к аптекам об информировании потребителей о наличии более дешевых взаимозаменяемых препаратов, ужесточение процесса проверки импортных препаратов и т.д. Все эти мероприятия на сегодняшний день сняты с исполнения. Среди «исполненных» мероприятий оказались в значительной степени подготовка различных предложений, внесение изменений и устранение противоречий в нормативных актах, совершенствование некоторых процессов. Таким образом, реализованные мероприятия, по сути, не несут в себе каких-либо значимых изменений и в большей степени направлены на формальные незначительные результаты.

В рамках развития сферы социальных услуг также был предложен перечень из 17 мероприятий, большинство из которых на сегодняшний момент исполнены. Однако анализ содержания этого комплекса показывает, что часть мероприятий вообще не связаны с социальными услугами. Примером здесь являются такие мероприятия, как разработка и утверждение типовых контрактов и технических заданий для закупки услуг в области

¹¹ Мероприятия по реализации Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации на 2018-2020 годы, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» // https://plan.fas.gov.ru/pages/national_plan/.

охраны труда, внесение изменений в законодательство РФ в части усиления административной ответственности за ограничение работников в праве выбора кредитной организации в целях перечисления заработной платы в безналичном порядке и др.

Подводя итог, можно отметить, что на сегодняшний момент развитие конкуренции объявлено одним из основных трендов в РФ. Принимаемые нормативные акты и планы мероприятий направлены пока на установление основных принципов и «правил игры» для формирования конкурентной среды. Кроме того, делаются попытки определения рынков и сфер, в которых целесообразно развитие конкуренции. Однако анализ предлагаемых мероприятий показывает, что на данный момент большинство из них носит формальный характер, не обеспечивающий как такового результата на практике.

1.3. Стандарт развития конкуренции в субъектах РФ

Стимулируя развитие конкуренции и ориентируя деятельность органов власти субъектов РФ на принятие для этого необходимых мер, Правительство РФ в сентябре 2015 г. совместно с «Агентством стратегических инициатив» разработало Стандарт развития конкуренции в субъектах РФ¹².

Целями разработанного Стандарта являлись:

- а) установление системного и единообразного подхода к осуществлению деятельности органов власти субъектов РФ, органов местного самоуправления и территориальных федеральных органов исполнительной власти по созданию условий для развития конкуренции;
- б) содействие формированию прозрачной системы работы органов

¹² Распоряжение Правительства РФ от 5 сентября 2015 г. № 1738-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».

власти субъектов РФ в части реализации результативных и эффективных мер по развитию конкуренции;

в) выявление потенциала развития экономики РФ, включая научно-технологический и человеческий потенциал;

г) создание стимулов и содействие формированию условий для развития, поддержки и защиты субъектов малого и среднего предпринимательства, устранения административных барьеров.

Для достижения целей стандарта предполагалась разработка инструментария оценки воздействия на конкуренцию. Однако пока такого инструментария не создано. Информация и документы, касающиеся внедрения стандарта, не реже чем раз в квартал размещаются на официальном сайте органа исполнительной власти субъекта РФ.

Стандарт предполагал определение в регионах уполномоченного органа, функции которого чаще всего возлагались на региональные министерства экономического развития. Функции и полномочия такого органа заключались в следующем:

а) формирование проекта перечня рынков;

б) подготовка ежегодного доклада о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта РФ;

в) разработка "дорожной карты";

г) координация деятельности органов исполнительной власти субъекта РФ по выполнению мероприятий, предусмотренных "дорожной картой";

д) формирование рейтинга муниципальных образований в части деятельности органов власти по содействию развитию конкуренции и обеспечению условий для благоприятного инвестиционного климата;

е) размещение информации о деятельности по содействию развитию конкуренции в сети "Интернет";

ж) организация проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды.

Стандарт предусматривал и создание коллегиального органа по рассмотрению вопросов развития конкуренции. В состав коллегиального органа помимо представителей органов власти включались:

- представители общественных организаций, действующих в интересах предпринимателей и потребителей товаров, работ и услуг;
- представители научных, исследовательских, проектных, аналитических организаций и технологических платформ;
- представители профсоюзов;
- эксперты и специалисты иных направлений (конструкторы, изобретатели, специалисты в области программного обеспечения, ИКТ, медицинских и биотехнологий, нанотехнологий, альтернативной энергетики, материаловедения) и др.

Стандарт предусматривал разработку перечня рынков, состоящего из перечня приоритетных рынков и перечня социально значимых рынков, а также установку целевых показателей развития конкуренции в отношении таких рынков.

При этом при формировании перечня приоритетных рынков рекомендовалось, в первую очередь, включать в него рынки товаров, работ и услуг несырьевого сектора экономики с высокой степенью передела и добавленной стоимости конечной продукции, имеющей экспортный потенциал и возможность замещения импорта, чьи производственно-технологические и инновационные цепочки, а также цепочки создания добавленных стоимостей находятся преимущественно в РФ. Особое внимание рекомендовалось уделять развитию производств высокотехнологичной продукции и технически сложной продукции с перспективными технологиями, стремящимися к инновационным системам полного цикла в РФ и имеющими потенциал достижения новых технологических уровней.

При формировании перечня социально значимых рынков рекомендовалось, в первую очередь, включать в него обязательный перечень

рынков, предусмотренных стандартом:

- рынок услуг дошкольного образования;
- рынок услуг детского отдыха и оздоровления;
- рынок услуг дополнительного образования детей;
- рынок медицинских услуг;
- рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с

ограниченными возможностями здоровья;

- рынок услуг в сфере культуры;
- рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства;
- розничная торговля;
- рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом;
- рынок услуг связи;
- рынок услуг социального обслуживания населения.

Стандарт предусматривал разработку "Дорожной карты", в которой предполагали как общесистемные мероприятия, так и отраслевые направления работы:

а) определение процессов, необходимых для реализации требований по развитию конкуренции;

б) определение критериев и методов, необходимых для обеспечения результативности процессов и управления ими;

в) обеспечение ресурсов и информации, необходимых для поддержания этих процессов и их мониторинга;

г) мониторинг, измерение и анализ процессов, необходимых для реализации требований в отношении развития конкуренции.

Системные мероприятия "Дорожной карты" были направлены в том числе:

а) на оптимизацию процедур государственных и муниципальных закупок;

б) устранение избыточного государственного и муниципального

регулирования, а также на снижение административных барьеров, в том числе включение пунктов, касающихся анализа воздействия на состояние конкуренции, в порядке проведения оценки регулирующего воздействия нормативно-правовых актов (или их проектов);

в) совершенствование процессов управления, включая разработку, утверждение и выполнение комплексного плана (программы) по эффективному управлению гос- и муниципальными предприятиями и учреждениями;

г) создание институциональной среды, способствующей внедрению инноваций и увеличению возможности хозяйствующих субъектов по внедрению новых технологических решений.

Отдельным разделом Стандарта оговаривалось проведение ежегодного мониторинга, который включал в себя:

а) мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности;

б) мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта РФ и состоянием ценовой конкуренции;

в) мониторинг удовлетворенности субъектами предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом;

г) мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории субъекта РФ;

д) мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия субъекта РФ, в которых составляет 50 % и более.

При этом уполномоченный орган в регионе вправе был самостоятельно выбирать методику проведения мониторинга, а также

определять критерии:

- а) оценки состояния конкурентной среды;
- б) установления наличия и уровня административных барьеров и их оценки;
- в) удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на рынках субъекта РФ, а также состоянием ценовой конкуренции.

Стандарт предусматривал создание и реализацию механизмов общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий. Что особенно важно подчеркнуть – Стандарт по некоторым рынкам ввел целевые числовые показатели.

Новый и ныне действующий Стандарт развития конкуренции в субъектах РФ был принят в апреле 2019 г.¹³ Его цели, по существу, остались прежними.

Главным отличием нового Стандарта явилось расширение перечня рынков, по которым следовало проводить анализ основных проблем и методов их решения и устанавливались обязательные для достижения ключевые показатели. Сам Стандарт содержал перечень из 41 рынка. При этом регионам предписывалось включать в анализ не менее 33 товарных рынков из перечня товарных рынков, указанных в Стандарте.

Числовые значения ключевых показателей и мероприятия по развитию конкуренции на товарных рынках в "Дорожной карте" определены на период 2019 – 2022 годов с учетом необходимости обязательного достижения к 2022 году числовых значений ключевых показателей не ниже числовых значений, установленных приложением к стандарту.

Сравнение рынков, определенных Стандартами 2015 и 2019 гг. вместе с ключевыми показателями по каждому рынку, приведено в приложении.

Наряду с мероприятиями, сформированными в целях достижения ключевых показателей, в "Дорожной карте" предусматриваются также

¹³ Распоряжение Правительства РФ от 17 апреля 2019 г. № 768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».

системные мероприятия, направленные на развитие конкуренции в субъекте РФ, в том числе:

- проведение анализа воздействия принимаемых нормативно-правовых актов на состояние конкуренции на основе соответствующего аналитического инструментария (инструкций, форм, стандартов и др.);
- развитие практики применения механизмов государственно-частного и муниципально-частного партнерства в социальной сфере (детский отдых и оздоровление, спорт, здравоохранение, социальное обслуживание, дошкольное образование, культура, развитие сетей подвижной радиотелефонной связи в сельской местности, в малонаселенных и труднодоступных районах);
- создание институциональной среды, способствующей внедрению инноваций и увеличению возможности хозяйствующих субъектов по внедрению новых технологических решений.

Мониторинг состояния конкуренции Стандарта 2019 года, помимо тех пяти направлений (рынков) мониторинга, которые были установлены Стандартом 2015 года, дополнительно включил:

- мониторинг удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг;
- мониторинг доступности для населения финансовых услуг, оказываемых на территории субъекта РФ;
- мониторинг цен (с учетом динамики) на товары, входящие в перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены;
- мониторинг логистических возможностей субъекта РФ с учетом логистических возможностей субъектов РФ, имеющих с ним общие территориальные границы;
- мониторинг развития передовых производственных технологий и их внедрения, а также процесса цифровизации экономики и формирования ее

новых рынков и секторов.

При этом утверждение единой методики мониторинга возложено на Министерство экономического развития РФ по согласованию с Федеральной антимонопольной службой РФ, при участии Центрального банка РФ и автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов»¹⁴.

Обновление стандарта развития конкуренции расширило перечень рынков, на которых планируется развитие конкуренции. В частности, выросло число рынков социальной сферы, в перечне появились рынки специфических услуг (рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов, рынок товарной аквакультуры, рынок переработки водных биоресурсов и др.). Нерешенными вопросами пока остаются географические границы развития конкуренции на указанных рынках, а также инструментарий оценки конкуренции.

¹⁴ Приказ Минэкономразвития России от 11.03.2020 № 130 "Об утверждении единой методики мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации".

Глава 2. Мониторинг и анализ состояния конкуренции на региональных рынках

2.1. Методические основы проведения мониторинга

Стандарт развития конкуренции в субъектах РФ предусматривает ежегодное проведение мониторинга развития конкуренции на региональных рынках. Направления мониторинга, внесенные двумя стандартами, уже были упомянуты нами в п. 1.3.

В марте 2020 года Министерством экономического развития РФ была принята Единая методика мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации¹⁵. Целями проведения мониторинга в соответствии с указанной методикой являются:

- выявления проблемных вопросов в социально-экономическом развитии субъектов РФ;
- выявления потенциала развития экономики субъекта РФ;
- выявления рынков, характеризующихся значительными проблемами в сфере развития конкуренции, для их последующего включения в перечень товарных рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации и разработки соответствующих мероприятий (в том числе системных) по содействию развитию конкуренции.

Мониторинг проводится по отдельным рынкам (рынок сельскохозяйственной продукции, рынок строительства, рынок телекоммуникационных работ и т. д.) и включает в себя следующие этапы:

- сбор информации (проведение опросов населения и субъектов предпринимательской деятельности, сбор статистических данных, направление запросов и др.);
- обработка и систематизация полученной информации;

¹⁵ Приказ Минэкономразвития России от 11.03.2020 № 130 "Об утверждении единой методики мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации".

- анализ данных;
- составление аналитического отчета со структурированными выводами и наглядным представлением результатов мониторинга в виде диаграмм различных видов, графиков, матриц, таблиц.

Источником информации для проведения мониторинга являются:

- опросы субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, потребителей товаров, работ, услуг, проводимых уполномоченным органом, общероссийскими общественными организациями, ассоциациями (союзами) и организациями, представляющими интересы потребителей;
- обращения субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, потребителей товаров, работ, услуг, касающиеся состояния конкуренции, в органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации, политические и общественные организации, в частности, организации, представляющие интересы субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг;
- информация о результатах деятельности территориальных органов, федеральных органов исполнительной власти, в том числе Федеральной антимонопольной службы, Федеральной налоговой службы, Федеральной службы государственной статистики, Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии и Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека;
- информация научных, исследовательских, аналитических и проектных организаций, экспертные оценки состояния товарных рынков и отраслей экономики субъекта Российской Федерации, информация хозяйствующих субъектов об их деятельности, а также иные данные, в том числе данные, опубликованные в средствах массовой информации;
- информация о результатах мониторинга, организация

проведения которого планируется в рамках соглашения (меморандума) о внедрении в субъекте Российской Федерации Стандарта и может стать частью мероприятий, предусмотренных планом мероприятий ("Дорожной картой") по содействию развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации;

- показатели, характеризующие состояние экономики и социальной сферы каждого муниципального образования субъекта Российской Федерации;

- информация о результатах общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий;

- информация о результатах анализа правоприменительной практики территориальных органов Федеральной антимонопольной службы;

- информация территориальных органов Федеральной антимонопольной службы, в том числе распространяемая в рамках выявления практик по содействию развитию конкуренции и по нарушению антимонопольного законодательства Российской Федерации органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления; информация территориального учреждения Банка России;

- информация, публикуемая на официальном сайте Банка России в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

- данные исполнительных органов государственной власти приграничных субъектов Российской Федерации, получаемые в рамках соглашений между субъектами Российской Федерации по внедрению Стандарта;

- иные источники информации, определяемые самостоятельно уполномоченным органом с указанием таких источников.

Анализ информации начинается с описания самого объекта и субъекта

анкетирования. Как правило, в описательную часть данного раздела включаются следующие пункты:

- оценка количества опрошенных организаций;
- численность сотрудников этих организаций;
- примерная годовая выручка организаций;
- период, в течение которого бизнес осуществляет свою деятельность;
- оценка основного географического рынка бизнеса и пр.

Тем самым создается некоторая репрезентативная картина опрашиваемых. Кроме того, на основании опросных данных составляется общая картина состояния и развития конкуренции. В данном разделе представители бизнеса отвечают на вопросы:

- о состоянии конкуренции;
- о динамике изменения конкуренции относительно предыдущих периодов;
- о количестве конкурентов на рынке и пр.

Пример такого анализа приведен на рис. 1.

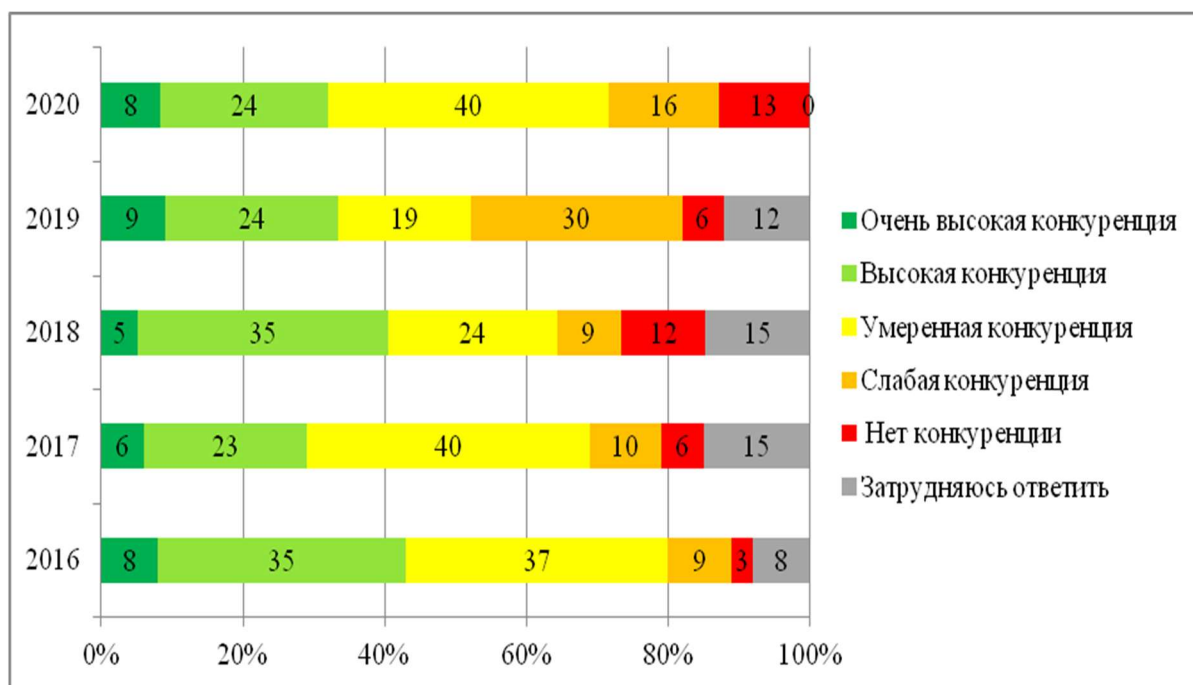


Рис. 1. Оценка уровня конкуренции по Рязанской области на основном для бизнеса рынке, %

По результатам расчетов долей респондентов, выбравших ту или иную оценку уровня конкуренции на рынке, можно утверждать, что в 2016 и 2017 гг. ситуация на рынке воспринималась опрошенными более позитивно. К 2020 г. доли респондентов, отмечающих слабую конкуренцию или ее отсутствие, возросли.

Однако при рассмотрении результатов анализа любых опросов необходимо иметь в виду, что общий итог имеет значительную зависимость от состава респондентов и их мнения.

2.2. Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности

Административные барьеры являются одной из проблем развития конкуренции. Их изучение в аспекте стимулирования конкуренции началось в 2015 г. с принятием первого стандарта развития конкуренции на региональных рынках.

По сути, возникновение административных барьеров связано с процессами взаимодействия бизнеса с государством, в частности:

- с регистрацией субъектов предпринимательства;
- лицензированием отдельных видов деятельности;
- сертификацией и стандартизацией продукции, работ и услуг;
- контролем и надзором за предпринимательской деятельностью;
- предоставлением государственных и муниципальных услуг;
- размещением заказов для государственных и муниципальных нужд.¹⁶

В опросных анкетах, как правило, участникам предлагается ответить на вопрос о состоянии административных барьеров на рынке. Пример

¹⁶ Анисимов А.В. Экономическое содержание и виды административных барьеров // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. № 3. С. 5-11.

графического отображения такой информации по Рязанской области приведен на рис. 2.

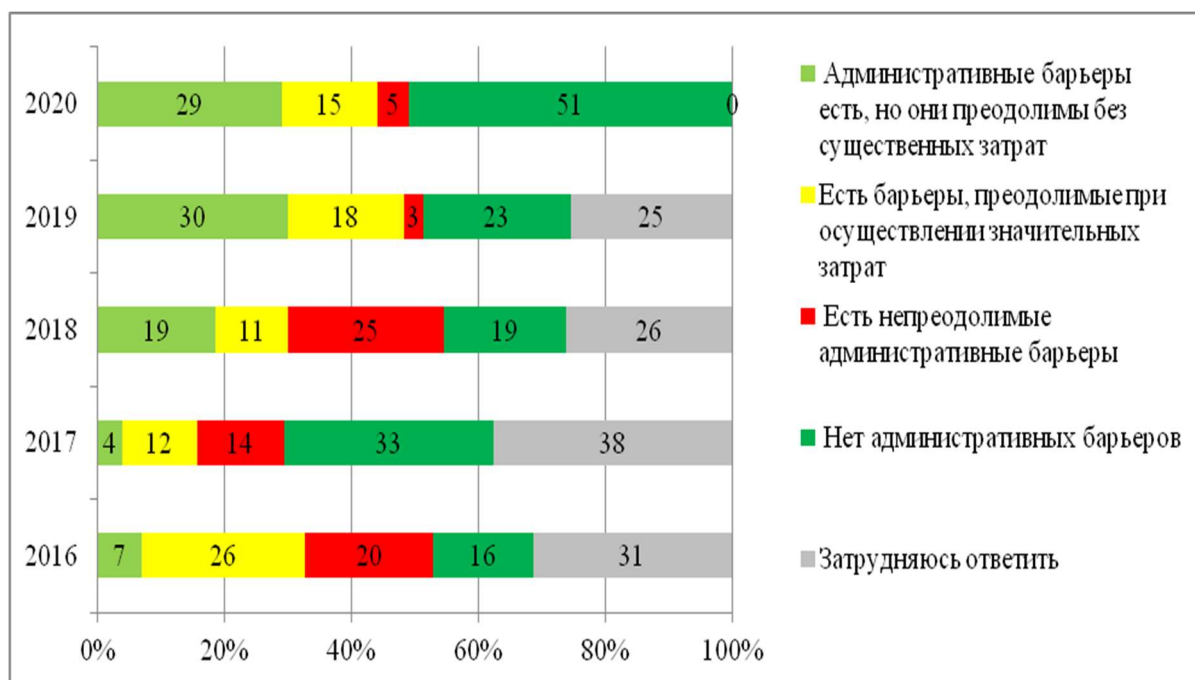


Рис. 2. Состояние административных барьеров по Рязанской области

Анализ данной информации за период с 2016 по 2020 гг. по Рязанской области показывает, что практически по всем рынкам колебания ответов, оценивающих состояние административных барьеров предпринимательским сообществом, находится в пределах статистической погрешности, за исключением 2020 г. В 2020 году существенно возросла доля респондентов, отмечающих отсутствие административных барьеров (51 %).

Среди административных барьеров, препятствующих ведению или открытию нового бизнеса, выделяются высокие налоги (доля респондентов, отмечающих это как основной барьер, колеблется от 23 % до 27 % в разные периоды), нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (12 % - 17 %); коррупция (4 % - 14 %), сложность процедуры получения лицензии (5 % - 16 %) (рис. 3).

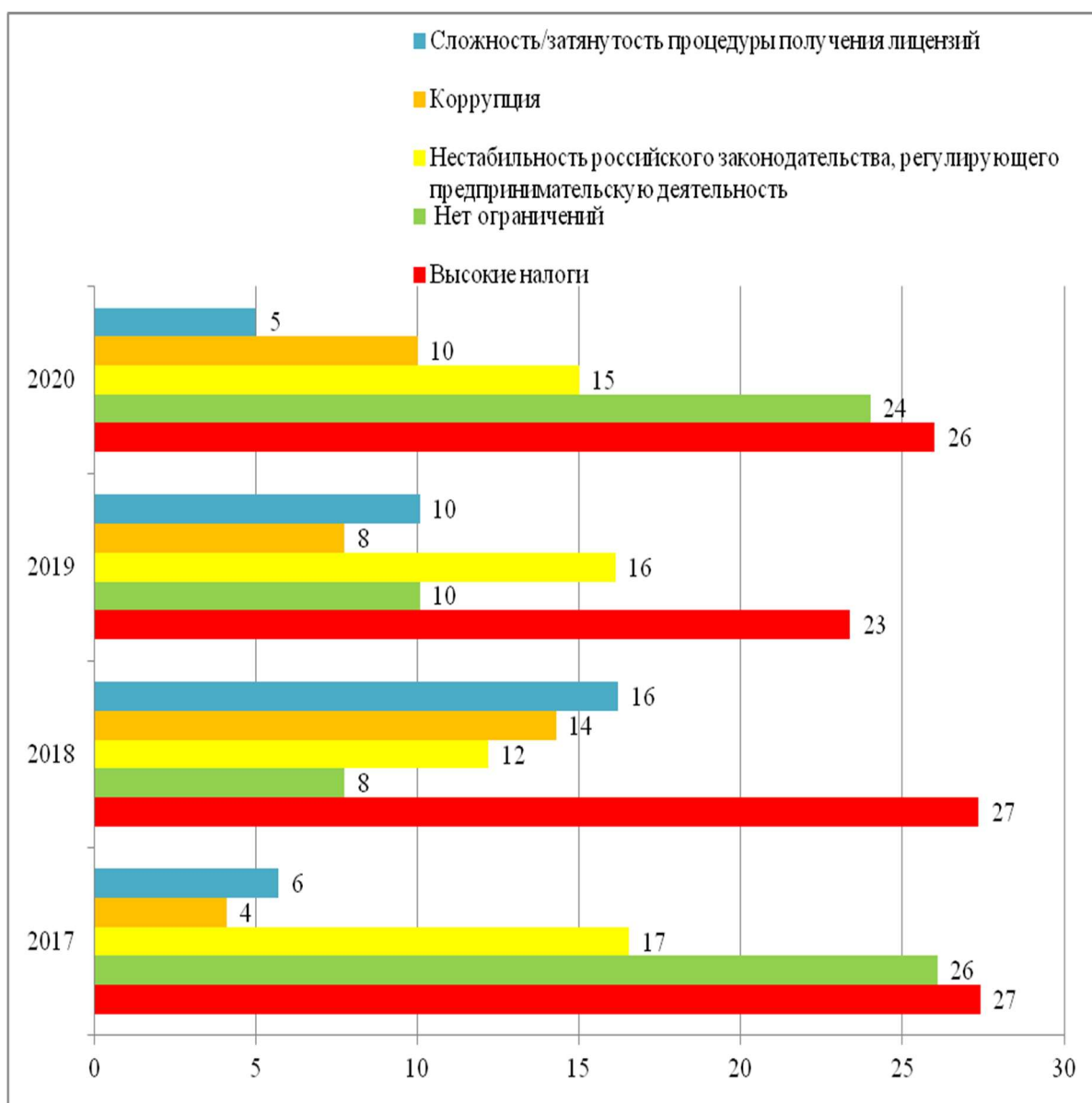


Рис. 3. Основные административные барьеры, выделяемые респондентами Рязанской области в 2017 – 2020 гг.

При этом сами предприниматели дают оценку деятельности органов власти по устранению барьеров (рис. 4).

Одной из проблем текущей ситуации является то, что административные барьеры возникают в большинстве случаев вследствие решений, принятых на федеральном уровне. Введение новшеств налогового законодательства и учета, изменение ставок налогов, изменение правил получения лицензий – все это регулируется на верхнем уровне управления страной. Региональным же властям

вменяется в обязанность развивать конкуренцию в регионах и снижать административные барьеры. В связи с этим механизмы для осуществления требуемых действий на региональном уровне ограничены и не могут привести к желаемым результатам.

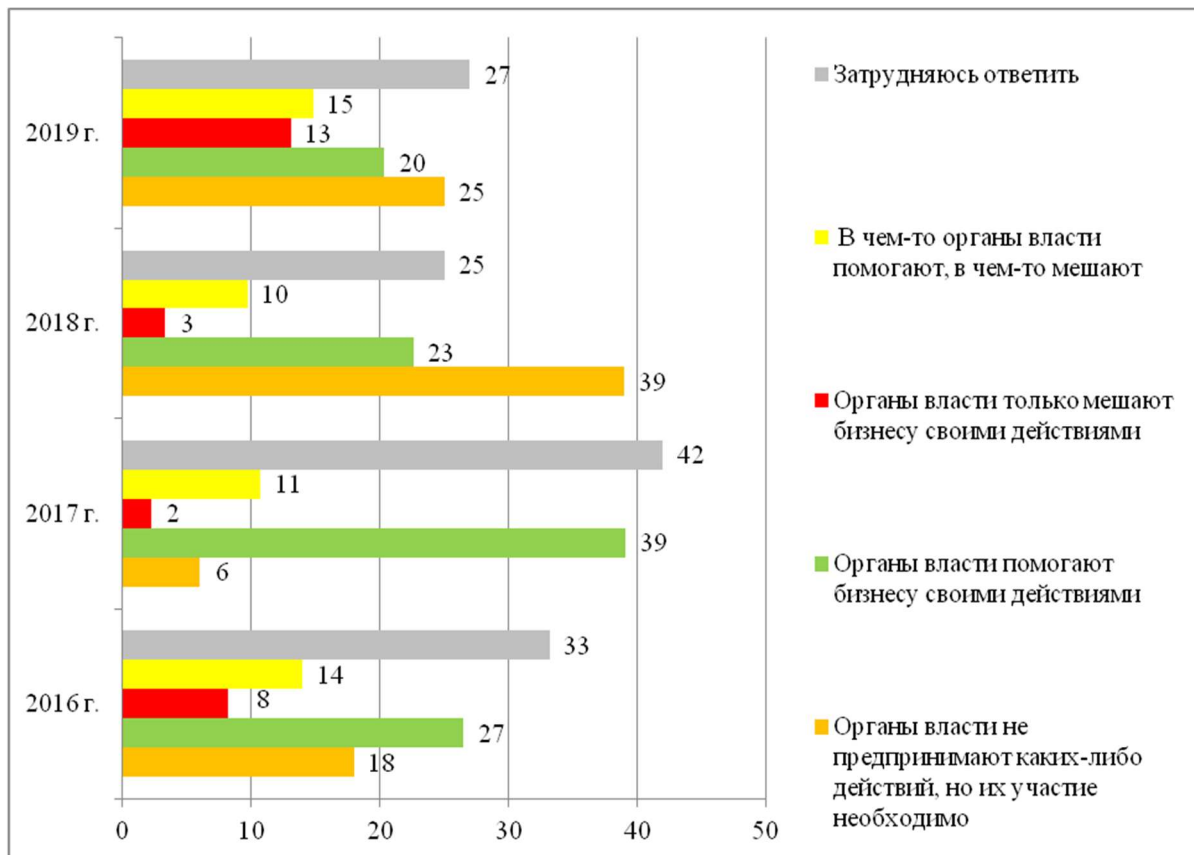


Рис. 4. Оценка деятельности органов власти по устранению административных барьеров в Рязанской области в 2016 – 2019 гг.

Решением этих проблем может стать построение взаимосвязи и взаимодействия федерального и регионального уровней в аспекте развития конкуренции, предполагающей совместную выработку решений по снижению административных барьеров. Другим вариантом улучшения ситуации является изменение сути мониторинга административных барьеров с перенесением акцента на оценку эффективности региональных механизмов и возможностей. Респондентам при анкетировании следует задавать вопросы относительно конкретных инструментов, которые могут быть применены региональными властями.

2.3. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта РФ и состоянием ценовой конкуренции

Вопрос удовлетворенности потребителя качеством покупаемого продукта и его ценой является решающим при определении предпочтений потребителя. Соотношение «цена – качество», по существу, формирует функцию предпочтения потребителя на рынках товаров, работ, услуг. Примеры данных мониторинга по удовлетворенности потребителей уровнем цен и качеством по некоторым товарным рынкам Рязанской области приведены в табл. 2.

Данные мониторинга дают представление об отношении потребителя к качеству товаров и уровню цен. Однако из представленных данных таким образом затруднительно установить, готов ли потребитель платить дополнительно за улучшение качества. Соответственно определить функцию предпочтения в формализованном количественном выражении не представляется возможным даже в самом общем приближении. Проблем в данном случае несколько, однако, в первую очередь, это очевидно касается самого процесса анкетирования, корректности формулирования анкетных вопросов.

Таблица 2

Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качества на товарных рынках Рязанской области в 2018 – 2020 гг.

Наименование рынка	Удовлетворен и скорее удовлетворен уровнем цен	Удовлетворен и скорее удовлетворен уровнем качества	Неудовлетворен и скорее неудовлетворен уровнем цен	Неудовлетворен и скорее неудовлетворен уровнем качества
2020				
Рынок услуг дошкольного образования	45	55	54	25
Рынок услуг дополнительного образования детей	46	53	31	22

Окончание таблицы 2

Наименование рынка	Удовлетворен и скорее удовлетворен уровнем цен	Удовлетворен и скорее удовлетворен уровнем качества	Неудовлетворен и скорее неудовлетворен уровнем цен	Неудовлетворен и скорее неудовлетворен уровнем качества
Рынок медицинских услуг	29	36	58	49
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями	35	54	52	28
Рынок нефтепродуктов	24	36	41	24
2019				
Рынок услуг дошкольного образования	45	57	39	29
Рынок услуг дополнительного образования детей	47	57	32	22
Рынок медицинских услуг	29	37	59	52
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями	38	56	53	31
Рынок нефтепродуктов	26	39	49	33
2018				
Рынок услуг дошкольного образования	46	54	25	15
Рынок услуг дополнительного образования детей	43	51	27	18
Рынок медицинских услуг	29	38	64	56
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями	34	62	62	29
Рынок нефтепродуктов	19	39	70	42

Каждый из перечисленных рынков имеет свои особенности в плане удовлетворенности ценами и качеством со стороны населения. Например, по рынку дошкольного образования удовлетворенность качеством услуг выше, чем ценами. Однако в период с 2018 по 2020 г. доля респондентов, отмечающих неудовлетворенность качеством, значительно выросла (с 15 % до 25 %). Рынок услуг дополнительного образования в целом проявляет аналогичные тенденции. На рынке медицинских услуг доля «удовлетворенных» респондентов сравнительно низкая (29 % по цене и 36 % по качеству). Примерно в том же интервале находится доля опрошенных, отмечающих удовлетворенность ценами и качеством, на рынке лекарственных препаратов. При этом по ценам удовлетворенность потребителей значительно ниже, чем по качеству (34 – 38 % респондентов против 54 – 62 %). По рынку нефтепродуктов интересной тенденцией является снижение доли опрошенных, указывающих на «неудовлетворенность» ценами с 70 % в 2018 г. до 41 % в 2020 г.

Анализ показывает, что на протяжении 2016 – 2020 гг. рассматриваемые параметры меняются в пределах статистической погрешности. Стабильно низкая удовлетворенность уровнем цен и качеством наблюдается по рынкам медицинских услуг, нефтепродуктов, услуг по управлению многоквартирными домами.

2.4. Анализ удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках и деятельностью по содействию развитию конкуренции

Открытость и доступность информации является не только важнейшим условием развития конкуренции, но и повышения эффективности управления в целом.

Пример оценки удовлетворенности официальной информацией о

состоянии конкуренции в Рязанской области со стороны населения, размещаемой в средствах массовой информации, приведен на рис. 5.

При этом наблюдается четкая тенденция роста удовлетворенности уровнем понятности, доступности и удобства получения информации. К 2020 г. доля населения, отмечающего этот факт, выросла в среднем до 78 %.

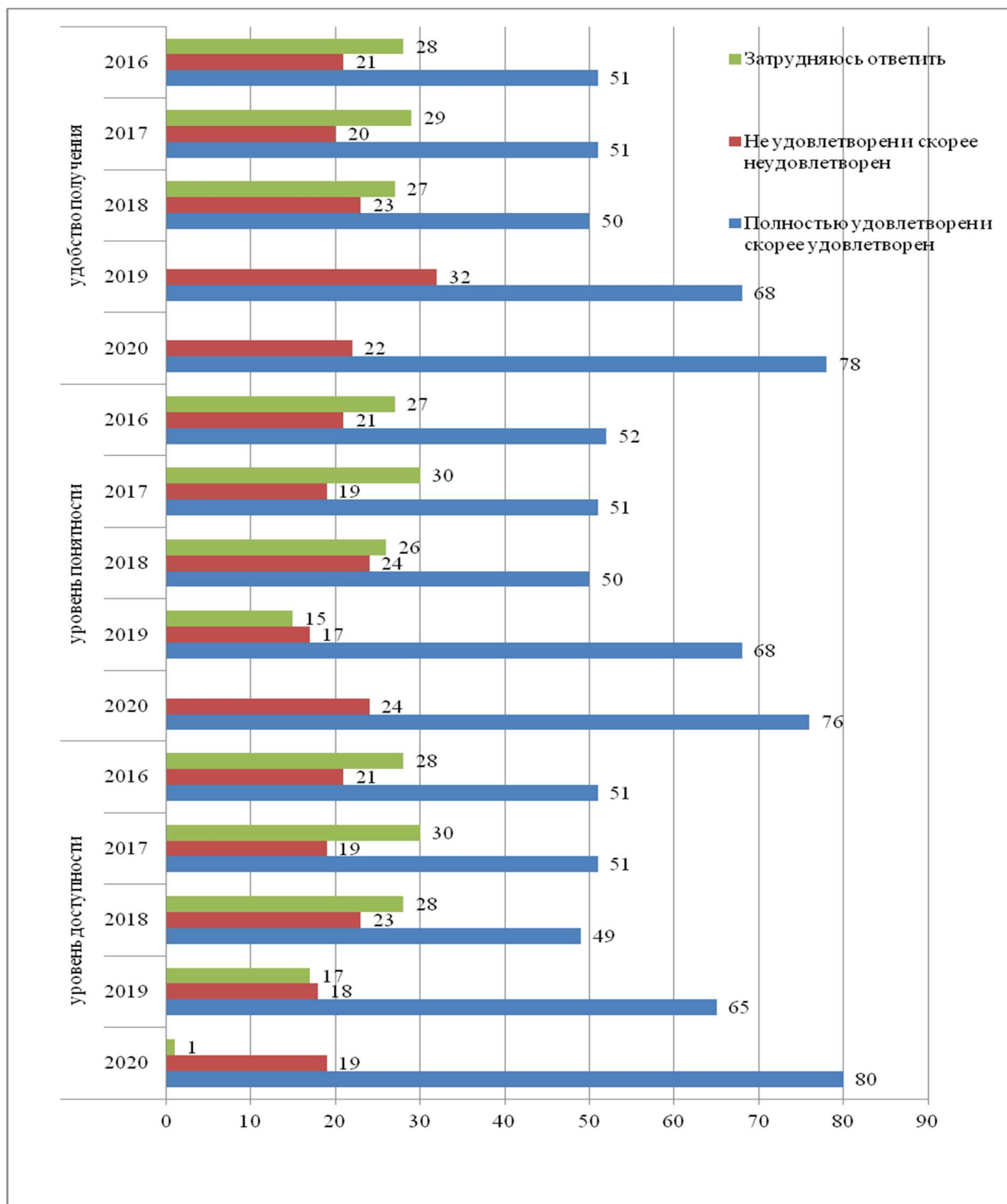


Рис. 5. Оценка уровня удовлетворенности официальной информацией о состоянии конкуренции в Рязанской области населением, %

Полученные результаты объясняются тем, что с 2016 г. в Рязанском регионе на сайте Министерства промышленности и экономического развития существует раздел «Развитие конкуренции», содержащий как нормативно-правовую информацию, так и данные мониторинга конкуренции, дорожных карт и отчетов.

2.5. Анализ уровня конкуренции на рынках финансовых услуг

Внедрение принципов конкуренции позиционируется как приоритетное направление развития России во многих сферах. Финансовые рынки не являются исключением для обозначенного тренда. До недавнего времени изучением уровня конкуренции на этих рынках занимался в преобладающей степени Банк России, о чем свидетельствует значительное количество отчетов и докладов, подготовленных государственным органом. С 2020 г. анализ уровня конкуренции на финансовых рынках стал частью ежегодного мониторинга состояния конкуренции, проводимого в регионах России.

В качестве объекта анализа выступают рынки отдельных финансовых услуг:

- рынок банковских услуг;
- рынок микрофинансовых организаций;
- рынок кредитных потребительских кооперативов;
- рынок ломбардов;
- рынок субъектов страхового дела;
- рынок сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов;
- рынок негосударственных пенсионных фондов;
- рынок брокерских услуг.

В рамках исследования 2020 г. итоги обработки опроса были

представлены в разрезе групп населения. Кроме того, был проведен сравнительный анализ с данными, полученными Банком России при аналогичном исследовании по стране.

В вопросе доверия финансовым организациям результаты опроса показывают, что с работой большей части организаций население не сталкивалось. В частности, 68 % опрошенных не знакомы с работой кредитных потребительских кооперативов, 72 % - с деятельностью ломбардов, 78 % - с работой сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, 81 % - с брокерами (рис. 6.). Среди остальных организаций доверие к банкам наиболее высокое – 71 % опрошенных выбрали ответы «полностью доверяю» и «скорее доверяю».

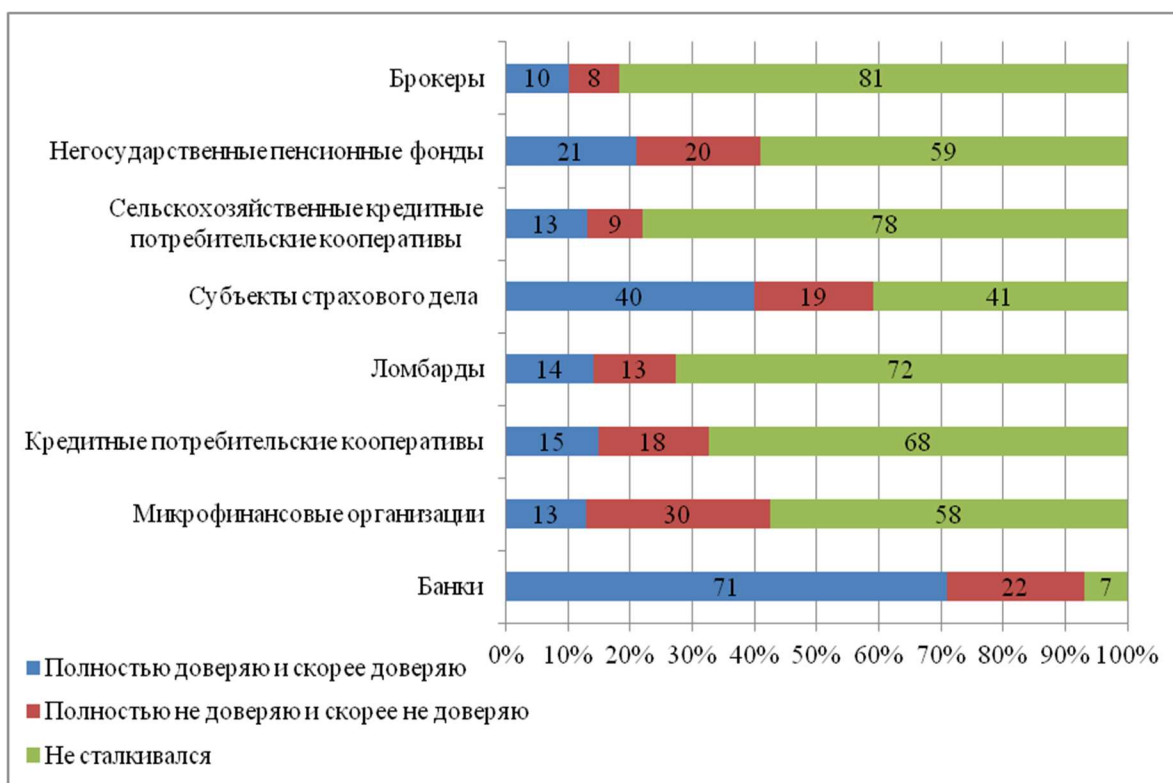


Рис. 6. Оценка доверия к финансовым организациям

В сравнении с данными опроса Банка России ситуация с доверием к финансовым организациям в регионе аналогична общероссийским тенденциям. В 2018 году меньше всего недоверия у россиян вызывали банки (полностью доверяют или скорее доверяют им 88,0 % опрошенных).

На втором месте – субъекты страхового дела (26,3 %). Уровень недоверия выше всего к микрофинансовым организациям (полностью доверяют или скорее доверяют им 21,1 % опрошенных).

В разрезе групп населения результаты анализа аналогичны. Наиболее высокое доверие среди всех групп населения наблюдается в отношении банков. Это отмечают от 38 % самозанятых до 82 % пенсионеров. К остальным видам финансовых организаций доверие ниже. Также отмечается высокая доля респондентов, не сталкивающихся с большинством организаций. Наибольшая осведомленность о работе различных финансовых организаций наблюдается в группе домохозяек. Доверие к финансовым организациям отмечают более 40 % опрошенных этой группы населения.

Оценка удовлетворенности работой финансовых организаций приведена на рис. 7.

Опрос показывает, что подавляющая часть респондентов не сталкивалась с деятельностью большинства финансовых организаций. Данный факт отмечают более 70 % опрошенных. Среди сравнительно известных финансовых организаций отмечены банки и субъекты страхового дела. В отношении этих же организаций наблюдается наиболее высокая доля респондентов, выбравших ответ «полностью удовлетворен» и «скорее удовлетворен» (76 % и 47 % соответственно).

В сравнении с данными опроса ЦБ РФ можно отметить, что доля респондентов, не сталкивающихся с деятельностью микрофинансовых организаций и ломбардов, в регионе выше, чем в среднем по стране (в Рязанской области доля ответов «не сталкивался» в отношении займов в МФО составляет 81 %, в целом по стране – 75,3 %). Услуги ломбарда не известны 84 % опрошенных в Рязанской области, в целом по стране о них не знают 77,9 % респондентов.

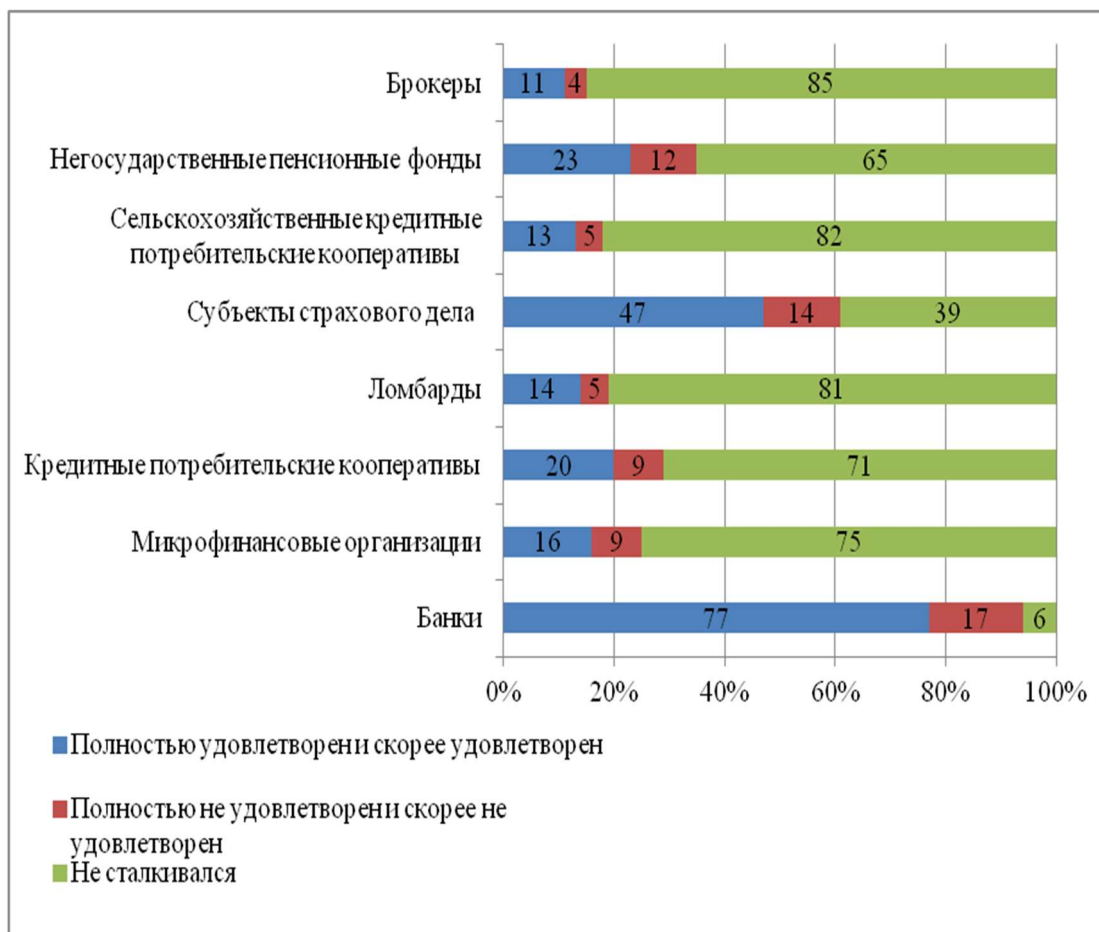


Рис. 7. Оценка удовлетворенности работой финансовых организаций в Рязанской области

Среди субъектов страхового дела существенные различия со среднероссийскими оценками наблюдаются в отношении обязательного медицинского страхования. Если в целом по стране, по данным ЦБ РФ, доля неудовлетворительных оценок составляет всего 9,6 %, то по Рязанской области доля респондентов, выбравших ответы «полностью неудовлетворен» и «скорее неудовлетворен» - 31 %.

В разрезе групп населения сформирована аналогичная ситуация. Однако следует отметить, что в отдельных группах населения наблюдаются некоторые изменения. Так, мнение домохозяек в некоторых случаях расходится с мнением большинства. В этой группе населения работой микрофинансовых организаций удовлетворено 53 % опрошенных, кредитных потребительских кооперативов – 62 %, ломбардов – 52 %.

В отношении отдельных продуктов финансовых организаций наиболее адекватные результаты получены при анализе оценок банковских услуг и субъектов страхового дела. По остальным организациям доля респондентов, не сталкивающихся с данными услугами, в среднем 80 % (рис. 8).

Среди банковских услуг наибольшее распространение получили переводы и платежи (всего 9 % респондентов не сталкивалось с данными услугами, 82 % отмечают удовлетворенность ими), а также расчетные (дебетовые) карты (11 % опрошенных не пользуются, 81 % удовлетворены услугами).

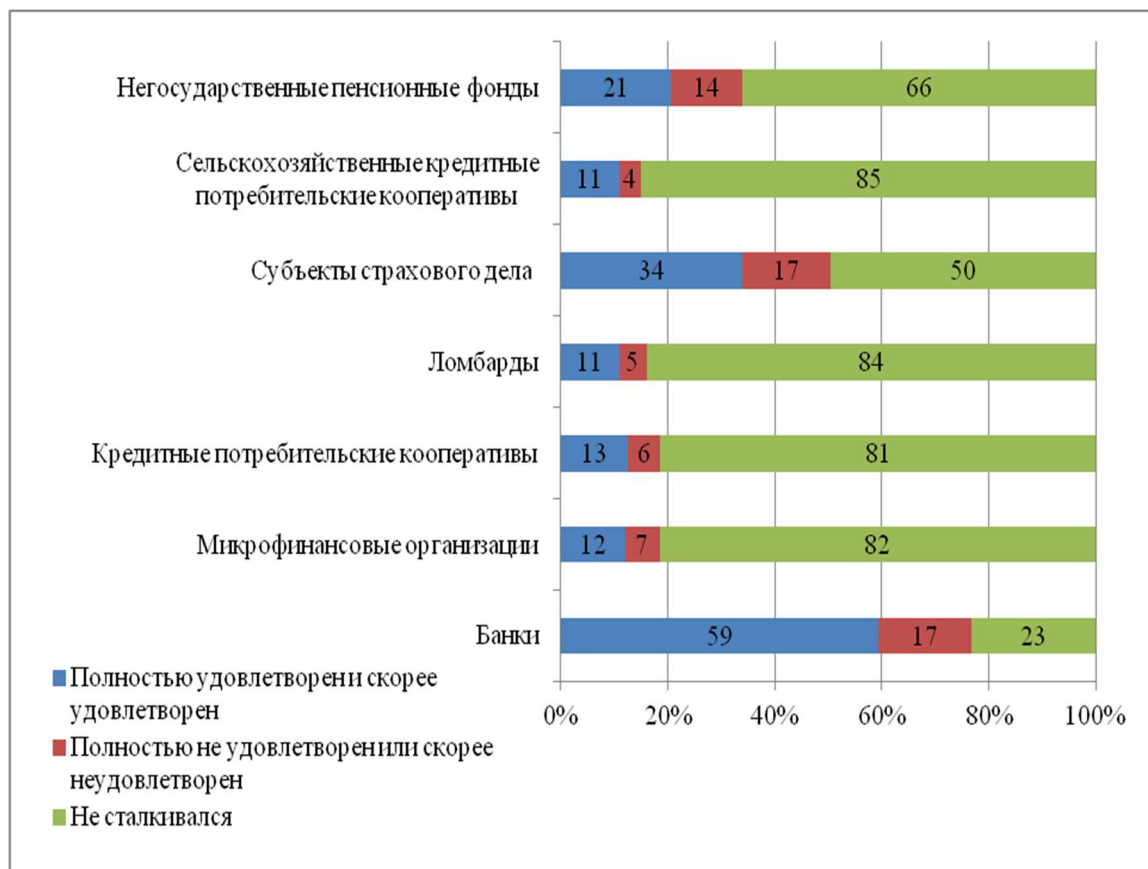


Рис. 8. Оценка удовлетворенности отдельными продуктами финансовых организаций в разрезе групп населения

Полученные результаты требуют разработки и реализации комплекса мер, направленных на развитие конкуренции на рассмотренных рынках. На сегодняшний день мероприятия в этой сфере активно разрабатываются

Банком России, а также Правительством РФ, Федеральной антимонопольной службой России и региональными министерствами. В частности, с 2018 г. действует Национальный план развития конкуренции в РФ на 2018 – 2020 годы, в рамках которого в отношении финансовых рынков запланировано 28 мероприятий. По итогам реализации плана 10 мероприятий были сняты с контроля и не исполнены, часть мероприятий исполнена с нарушением срока. По остальным получены результаты общего характера: внесены некоторые изменения в нормативно-правовую базу, разработаны стандарты раскрытия информации о стоимости финансовых услуг при использовании платежных терминалов, сформирован пакет лучших практик по развитию конкуренции на финансовых рынках.

Для развития существующей ситуации Банком России был утвержден «План мероприятий ("Дорожная карта") по реализации Основных направлений развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019 - 2021 годов". В соответствии с ним для развития конкуренции на финансовом рынке запланированы следующие мероприятия [4]:

- формирование правового базиса для создания, функционирования и развития платформы "Маркетплейс";
- формирование правового базиса для внедрения субъектами финансового рынка открытых интерфейсов (Open API) и разработка соответствующего стандарта;
- обеспечение благоприятных правовых условий для сбора, хранения и обработки данных;
- разработка предложений и требований к платформе цифрового профиля с использованием единого технологического идентификатора;
- формирование правового базиса, создание и развитие регистратора финансовых транзакций;
- обеспечение конкуренции на рынке эквайринга;

- создание и развитие системы быстрых платежей.

Анализ данных опроса населения позволил выявить основные проблемы, препятствующие активному использованию финансовых продуктов. В табл. 3 приведены доли респондентов, указавших ту или иную причину в качестве основной. Другие группы причин были отмечены меньшим количеством респондентов.

Таблица 3

Основные причины неиспользования финансовых продуктов населением

Проблема в развитии конкуренции на финансовых рынках	Причина возникновения проблемы, по мнению населения	Доля респондентов, указавших причину в качестве основной, %
Неиспользование депозита	Предлагаемая процентная ставка слишком низкая (для продуктов с процентным доходом)	16
	У меня недостаточно свободных денег	44
Неиспользование кредитных ресурсов	Предлагаемая процентная ставка слишком высока	25
	Не люблю кредиты/займы/не хочу жить в долг	18
Неиспользование платежных карт	У меня недостаточно денег для хранения их на счете/платежной карте и использования этих финансовых продуктов	16
Неиспользование страхования	Стоимость страхового полиса слишком высокая	14
	Я не доверяю страховым организациям	14
	Не вижу смысла в страховании	24

Сопоставление выявленных причин и проводимых с 2018 г. мероприятий показывает, что, несмотря на реализацию большинства запланированных изменений, население не так активно использует финансовые услуги, как ожидалось. Причины этого положения могут быть разделены на несколько категорий:

- общеэкономические факторы: отсутствие у населения необходимого количества ресурсов для осуществления вкладов и использованию

кредитов;

- отсутствие мотивов использования финансовых услуг, недоверие к ним;
- несоответствующие получаемой услуге цены (высокие ставки кредита, низкие ставки депозита).

Данные проблемы не затрагиваются в рамках существующих планов и дорожных карт. Поэтому на данном этапе имеющиеся предложения и мероприятия не эффективны. Развитие конкуренции на рынке финансовых услуг не должно осуществляться только за счет внедрения рыночных механизмов. Необходимо формирование структурной модели конкуренции, позволяющей учесть интересы, как поставщиков услуг, так и потребителей, тем самым повысив эффективность функционирования финансовой сферы.

2.6. Проблемы анкетирования

Как правило, одним из основных источников информации при проведении мониторинга являются результаты опроса участников рынка и потребителей. В связи с этим особый интерес вызывают вопрос сбора данной информации, порядок проведения анкетирования.

Инструктивный материал по данному вопросу содержит рекомендации по составлению выборки респондентов.¹⁷ И инструктивный материал, и научная литература по данному вопросу едины в своих рекомендациях. Структура выборки при опросе должна соответствовать структуре респондентов, работающих на рынке. На практике, при проведении электронного опроса через сайт выполнить такое условие не всегда возможно. Поскольку в данном случае структура опрошенных будет зависеть от активности опрашиваемых. Это вносит свои неточности в

¹⁷ Рекомендации по составлению выборки респондентов для проведения опросов в субъектах РФ: опыт регионов и лучшие практики / Аналитический центр при Правительстве РФ.

итоговый анализ.

Например, структура респондентов Рязанской области в 2020 г. по социальному статусу приведена на рис. 9. Она явно не соответствует структуре населения, поскольку доля работающих респондентов на приведенной диаграмме составила 94 %.

То же самое можно сказать и при анализе респондентов по масштабам экономической деятельности (рис. 10), где доля участников малого бизнеса определяет общую картину состояния конкуренции на рынках в целом.

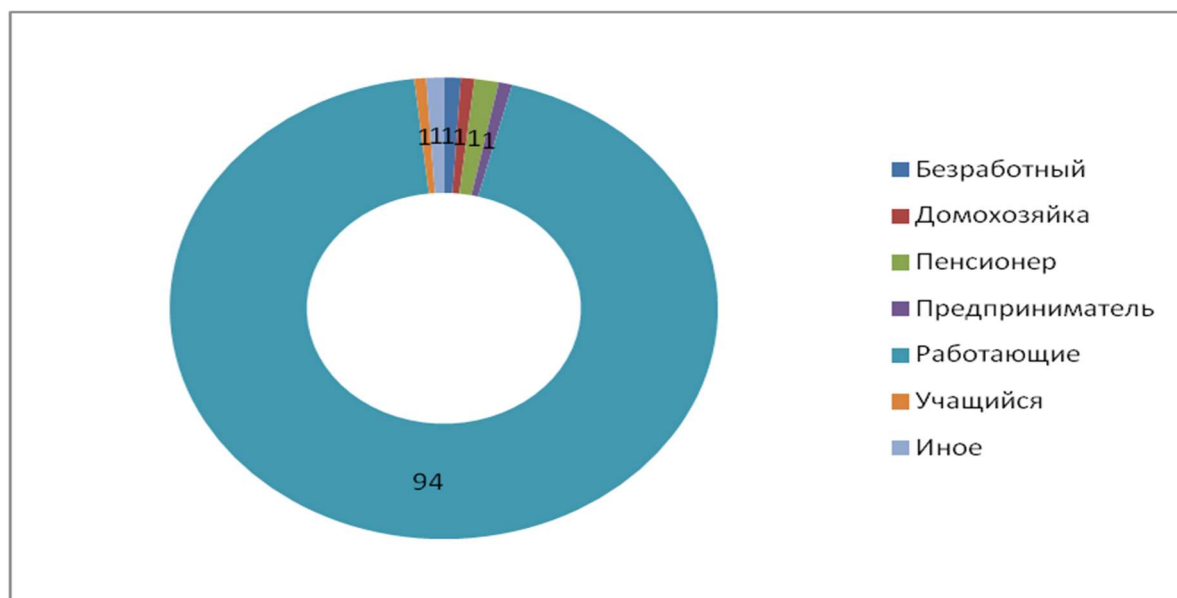


Рис. 9. Социальный статус респондентов

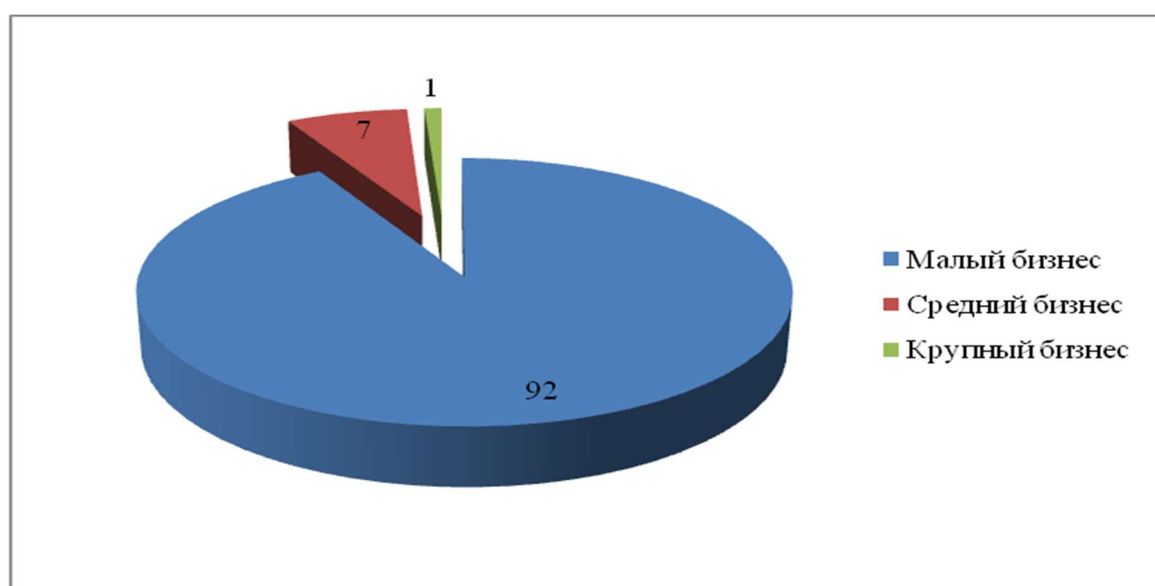


Рис. 10. Распределение респондентов Рязанской области по масштабам деятельности

Изложенное выше можно отнести к так называемой содержательной репрезентативности выборке. Но речь может идти и о временной репрезентативности. Как правило, анкетирование бизнеса и потребителей проводят в течение 1 – 2 месяцев непосредственно перед самим мониторингом. Это ограничивает базу респондентов и ведет к тому, что в анкетировании принимают участие только те представители бизнеса или населения, которые осведомлены о проведении анкетирования. Представляется логичным проводить опрос (анкетирование) перманентно в течение всего года, а один раз в год делать срез (анализ) мнений респондентов. В этом случае круг лиц, участвующих в мониторинге, значительно увеличится и можно будет составить более полную (более объективную) картину о состоянии и развитии конкуренции в регионе.

Другой проблемой обработки итогов опроса является наличие некоторых вопросов, результаты обработки которых крайне затруднены. Речь идет об анкетных вопросах, ответ на которые респондент не выбирает из имеющегося перечня ответов, а формулирует самостоятельно. В этом случае, как правило, присутствует такое разнообразие ответов и формулировок, что обработать их формализованным способом часто представляется затруднительно либо невозможно. Например, вопросы «ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ ЗА ЗАЩИТОЙ СВОИХ ПРАВ И, ЕСЛИ ОБРАЩАЛИСЬ, ТО В КАКОЙ НАДЗОРНЫЙ ОРГАН?». Как правило, вторая часть вопроса представляет собой достаточно большой перечень различных государственных органов, структуризация которых затруднительна. Другим примером подобной ситуации является вопрос «В КАКИХ СФЕРАХ И ОТРАСЛЯХ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НЕОБХОДИМО РАЗВИВАТЬ КОНКУРЕНЦИЮ?». В данном вопросе варианты ответа формулируются самостоятельно, и их градация и классификация также вызывает сложности.

Очевидно, подобные примеры являются причиной того, что

достаточно часто в анкетах присутствует ответ «Затрудняюсь ответить». Преобладающая часть анализа строится на данных электронного анкетирования. Поэтому включаемые в опросный лист вопросы должны давать однозначные ответ и соответствовать целям проведения мониторинга, заявленным в методике.

Мониторинг развития конкуренции не должен строиться только на основе данных опроса. Учитывая, что выборка респондентов за все рассмотренные годы имеет примерно один и тот же состав, отличный от структуры населения, адекватность полученных результатов может быть поставлена под сомнение. Соответственно для оценки уровня конкуренции необходимы дополнительные показатели, отражающие объективную сторону развития рынка и его участников.

Глава 3. Оценка состояния конкуренции на рынках товаров, работ и услуг

В «Большой Российской энциклопедии» конкуренция трактуется как «форма и мера ограничения экономической свободы в системе взаимоотношений участников воспроизводственного процесса. В условиях рыночной трансформации и постоянных колебаний спроса и предложения хозяйствующие субъекты взаимоисключаяще стремятся удовлетворить платёжеспособные общественные потребности и таким образом реализовать свой экономический интерес. При таком соперничестве ограничение экономической свободы имеет своей позитивной и содержательной целью обеспечение общеэкономической эффективности»¹⁸.

Особенно важно подчеркнуть последнее: целью конкуренции является «обеспечение общеэкономической эффективности». А в соответствии с этим конкуренция как институт является объектом регулирования, управления и целенаправленной трансформации в интересах всего общества. И выполнить такую функцию может исключительно государство как институт всего общества. Именно государство как явление общесоциальное и конструктивное обеспечивает институционализацию конкуренции. Но для того, чтобы управлять, нужно измерять. Именно вопросу измерения уровня конкуренции и посвящена настоящая глава. По итогам исследований авторами была предложена методика измерения уровня конкуренции, основные положения которой впервые были опубликованы в 2016 г.¹⁹

В течение последних нескольких лет методика применялась в различные периоды, в нескольких регионах РФ и по различным рынкам

¹⁸ Васильев А. Н. Конкуренция // Большая Российская энциклопедия. Т. 15. М.: Науч. изд-во «Большая российская энциклопедия», 2010. С. 51–52.

¹⁹ Перфильев С. В., Горбова О. Ю., Кузнецова О. И., Бычкова Н. А. Разработка методики оценки состояния конкуренции на региональных рынках // Научный результат. Экономические исследования. Т.2, № 4. 2016. С. 32-37.

(рынок медицинских услуг²⁰, рынок продуктов питания, услуг по управлению многоквартирными домами и др.²¹).

3.1. Теоретический аспект

В теоретической литературе методики измерения уровня конкуренции давно и хорошо известны. Как правило, они основаны на расчете некоторых показателей, характеризующих уровень концентрации рынка²². То есть в данном случае, если так можно выразиться, реализован подход «от обратного». Рассчитывается уровень концентрации рынка, а на его основе делается вывод об уровне конкуренции на рынке. Чем выше уровень концентрации, тем ниже уровень конкуренции, и наоборот. Наиболее известными представителями такого подхода являются методики, определяющие коэффициент рыночной концентрации (CR_3) и индекс рыночной концентрации Герфиндаля – Гиршмана (HHI)²³.

Индекс рыночной концентрации Герфиндаля – Гиршмана (HHI) - есть сумма квадратов долей (выраженных в процентах) на товарном рынке всех хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарном рынке:

²⁰ Горбова О.Ю. Развитие конкуренции на региональных рынках медицинских услуг // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2019. Т. 21. № 3. С. 97-106.

²¹ Горбова О.Ю., Перфильев С.В. Методические основы измерения уровня конкуренции на рынках Рязанской области // Экономика и предпринимательство. 2020. № 8 (121). С. 416-420.

²² См., например, Сопова Е. В., Щербинина Л. Ю. Обзор методик по оценке уровня конкуренции на рынке // Вопросы экономики и управления. 2016. № 3.1. С. 47-49;
Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика /Г. Л. Азоев. М.: Центр экономики и маркетинга, 2013. 208 с.;

Решение Совета Евразийской Экономической Комиссии от 30 января 2013 г. № 7, утвердившего Методику оценки состояния конкуренции;

Приказ Федеральной Антимонопольной Службы РФ от 28 апреля 2010 г. № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

²³ Albert O. Hirschman. National Power and the Structure of Foreign Trade - University of California Press. — p. Xix. — ISBN 978-0-520-04082-3.

Омаров М.М. Применение индекса Герфиндаля – Гиршмана при оценке конкурентных позиций предпринимательских структур на рынке // Вестник Института экономики и управления НовГУ. 2018. № 4(29). С. 1-5.

$$HHI = \sum_{i=1}^N D_i^2, \quad (1)$$

где:

D_i - выраженная в процентах доля i -го хозяйствующего субъекта, осуществляющего деятельность на товарном рынке;

N - общее количество хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарном рынке.

Коэффициент рыночной концентрации (CR_3) — есть сумма долей (выраженных в процентах) крупнейших хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарном рынке²⁴. Формула расчета коэффициента для трех фирм выглядит следующим образом:

$$CR_3 = D_1 + D_2 + D_3. \quad (2)$$

Для указанных коэффициентов установлены интервалы значений, позволяющие провести классификацию рынков (табл. 4).

Таблица 4

Интервалы значений коэффициентов концентрации

Тип рынка	Интервалы значений коэффициента концентрации	Интервалы значений индекса Герфиндаля-Гиршмана
I тип — высококонцентрированные рынки	$70 \% < CR < 100 \%$	$1800 < HHI < 10000$
II тип — умеренноконцентрированные рынки	при $45 \% < CR < 70 \%$	$1000 < HHI < 1800$
III тип — низкоконцентрированные рынки	$CR < 45 \%$	$HHI < 1000$

Коэффициент рыночной концентрации обязателен для статистического мониторинга состояния рынка в большинстве промышленно развитых стран мира, причем в разных странах рассчитываются доли разного числа предприятий. В США и Франции эти

²⁴ Князева И.В. Антимонопольная политика в России: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. М.: Изд-во «Омега-Л», 2007.

доли составляют 4, 8, 20, 50, 100 крупнейших компаний. В Германии, Англии, Канаде берутся данные о 3-х, 6-ти, 10-ти предприятиях в отрасли. В России этот показатель стал рассчитываться и публиковаться в официальной статистике с 1992 г. для 3-х, 4-х, 6-ти, 8-ми крупнейших продавцов.

Однако коэффициент концентрации «нечувствителен» к различным вариантам распределения долей между конкурентами. Например, CR_4 будет одинаковым и равным 80 % в двух различных случаях: когда одно предприятие контролирует 77 % рынка, а остальные три по 1 %, и когда четыре равномоощных предприятия владеют по 20 % рынка каждый. Кроме того, показатель не говорит о том, каков размер фирм, которые не попали в выборку. Поэтому все шире используются показатели, характеризующие уровень концентрации в целом для всех предприятий.

Оба показателя измеряют степень концентрации (монополизации) рынка без привязки к специфике продукта, выражая тем самым свою некую универсальность. Однако при анализе конкретных рынков имеются свои особенности применения и модификации метода в частных случаях. В качестве примеров можно, в частности, упомянуть индикаторы, используемые для финансовых рынков:

- индекс рыночной власти Линда (Lind), который позволяет определить границы монополии или олигополии, функционирующей в конкурентном окружении, то есть фактически число лидеров рынка;
- индекс развития рыночной конкуренции (GAR), позволяющий оценить состояние конкуренции путем сопоставления средних долей лидеров рынка и их последователей;
- композитный индекс CBR-Composite, позволяющий проводить межрыночное сопоставление уровня развития конкуренции, для сравнения различных субъектов РФ [14, с. 63].

Исследователи конкуренции в сфере финансовых услуг предлагают различные наборы «своих» индикаторов оценки степени конкуренции

(концентрации). Краткие характеристики таких подходов представлены в табл. 5.

Приведенный перечень измерителей и методик не является исчерпывающим. Выше упомянуты лишь наиболее известные и распространенные из них. Однако их объединяет общий подход, состоящий в том, что оценивается степень концентрации (монополизации) рынка одним показателем (индексом, коэффициентом). В качестве возражения относительно такого подхода можно высказать следующие аргументы.

Таблица 5

Характеристики различных подходов к оценке конкуренции на финансовых рынках

Авторы, источник литературы	Используемые показатели	Суть подхода
Ш. Шафер и Л. Спердик [15, с. 2]	Индекс Лернера	Показатель используется в качестве индикатора рыночной власти многопродуктовых банков. Агрегированный индекс, применяемый ими для исследования деятельности американских банков за период 2011 – 2017 гг., получается как средневзвешенное значение удельных индексов Лернера по продукту
Дж. С. Панзар и Дж. Н. Росс [16, с. 13-15]	Н-статистика	Показатель отражает общий уровень конкуренции, преобладающий на рассматриваемом рынке, и измеряется в интервале от минус бесконечности до единицы. Отрицательное значение показателя возникает, когда конкурентная структура является монополией. Если Н-статистика лежит между нулем и единицей, то рыночная структура трактуется как монополистическая конкуренция. При совершенной конкуренции Н-статистика равна единице
М. Левенштейн, Я. Биккер и А. Рикстер и К. Соренсен [17, с. 10-15]	Индикатор Буна	Метод измерения конкуренции применяется не для всего банковского рынка, а для отдельных типов банков, таких как коммерческие, сберегательные и кооперативные банки. В основе метода лежит индикатор Буна, преимуществом которого является малое количество показателей, фигурирующих в расчете.

Авторы, источник литературы	Используемые показатели	Суть подхода
		На основе применения индикатора Буна исследователями были проанализированы кредитные рынки пяти основных стран еврозоны за период 1994-2004 гг.

Сами перечисленные показатели измеряют все-таки не уровень конкуренции, а уровень монополизации. Несмотря на то, что эти показатели, безусловно, взаимосвязаны, в современной практике можно найти примеры картельных сговоров с количеством участников три, четыре и более.

Кроме того, применяемые в рамках данного подхода измерители говорят о состоянии рынка, но они никоим образом не затрагивают вопрос «обеспечения общеэкономической эффективности». Само конкурентное состояние рынка является только предпосылкой и одним из условий «общеэкономической эффективности» в экономике и обществе.

Безусловно, исключительно с теоретической точки зрения проблему решает вопрос измерения «общеэкономической эффективности» в зависимости от степени развитости рынка. Однако решение такой задачи на сегодня представляется только теоретически. Немаловажен и тот факт, что в целях практического применения указанных выше методик необходима информация о доле каждого участника на рынке, которую далеко не всегда удастся получить.

В то же время в какой-то мере некоторое приближение к решению данной задачи может дать сам потребитель, дав оценку удовлетворенности (неудовлетворенности) работой рынка и тем самым хотя бы в какой-то мере дав оценку «общеэкономической эффективности».

Работы Герфиндаля и Гиршмана относятся к середине прошлого столетия. Технические возможности того времени не позволяли проводить опросы и анкетирование населения в массовом и систематическом порядке. В настоящее время такие технико-технологические возможности не только

имеются, но регулярно реализуются по самым различным аспектам экономической и общественной жизни. Более того, современные теории государственного управления и практические действия по их реализации требуют учета общественного мнения по самым различным вопросам экономики и общественной жизни. Тем самым население не только информируется о работе органов управления, но и привлекается к выработке управляющих решений. Все изложенное в полной мере относится и к анализу конкуренции на товарных рынках.

В какой-то мере можно утверждать, что изложенные соображения предопределяют появление развивающегося особенно бурно в последнее время другого подхода в определении уровня развития конкуренции. Суть его состоит в определении некоторой балльной оценки состояния конкуренции на рынках, при котором итоговая оценка складывается из суммы ряда факторов и носит накопительный характер²⁵.

3.2. Методика формализованной оценки состояния конкурентной среды

Основная цель развития конкуренции на рынках – это более полное удовлетворение потребностей населения. Соответственно оценивать уровень конкуренции необходимо не только по объективным характеристикам (количество организаций, однотипность товаров и услуг и т.д.), но и по степени реализации цели развития конкуренции. Исходя из этого, предполагаемая методика включает в себя (рис. 11):

- оценку объективных факторов развития конкуренции, основанную на количественных показателях уровня конкуренции на рынке;

²⁵ См., например, Сопова Е. В., Щербинина Л. Ю. Обзор методик по оценке уровня конкуренции на рынке // Вопросы экономики и управления. 2016. № 3.1. С. 47-49; Мокроносов А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного университета, 2014. 194 с.; Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. Методика исследования конкуренции на рынке <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/06.shtml>.

- оценку субъективных факторов, основанных на мнении населения о финансовых услугах и удовлетворенности ими.

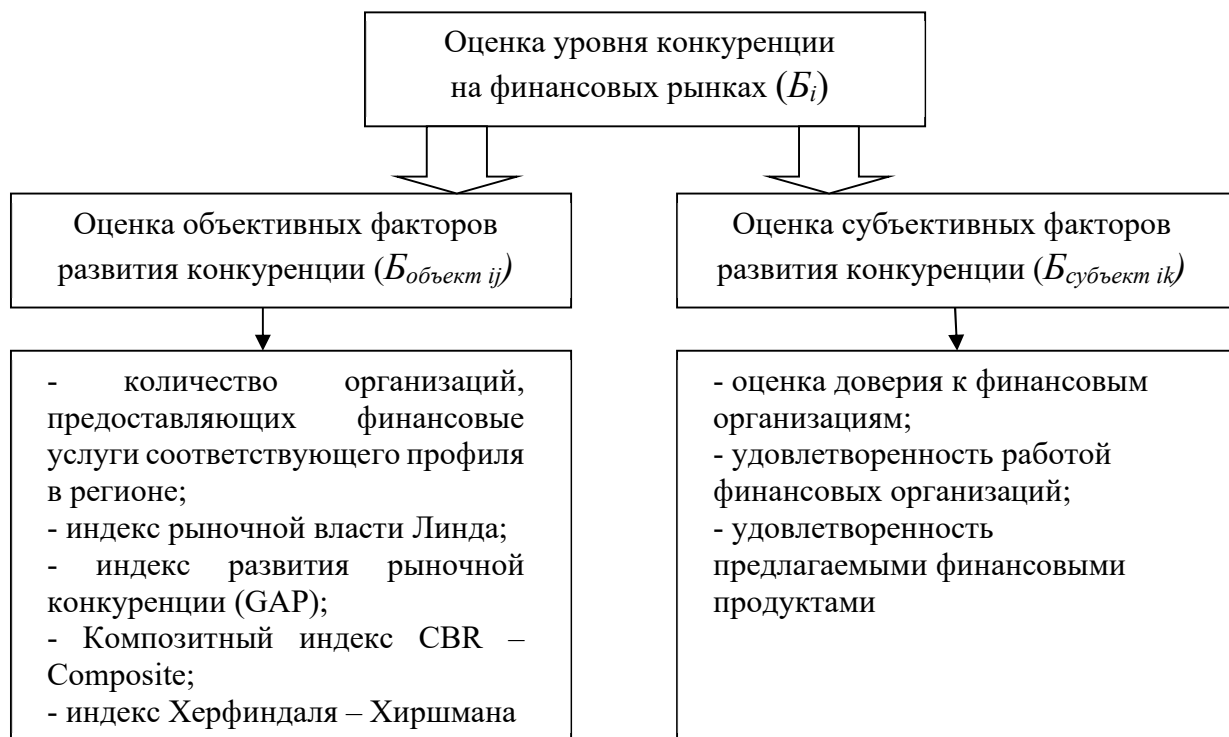


Рис. 11. Оценка уровня конкуренции на финансовых рынках

Формализовано и в самом общем виде оценка конкуренции рассчитывается в баллах (B_i) и может быть представлена выражением (3):

$$B_i = \sum_{j=1}^J B_{\text{объект } ij} + \sum_{k=1}^K B_{\text{субъект } ik}, \quad (3)$$

где

$B_{\text{объект } ij}$ – балльная оценка j -го показателя развития конкуренции в рамках объективных факторов i -го рынка;

$B_{\text{субъект } ik}$ – балльная оценка k -го показателя развития конкуренции в рамках субъективных факторов i -го рынка.

Чем выше балльная оценка по отдельному рынку, тем выше уровень конкуренции на ней.

Формирование общей оценки удобнее показать на примере конкурентной сферы, например рынков финансовых услуг. В качестве

оценок объективных факторов развития конкуренции могут быть использованы индексы и показатели, приведенные в табл. 5. Источниками информации при этом являются отчеты Банка России, базы статистических показателей Росстата. Методики расчета и трактовка результатов показателей 2 – 4 табл. 6 подробно поясняются в [18, с. 63-64]. Показатели 1 и 5 определены с использованием общеизвестных методик.

Общая оценка $B_{\text{объект } ij}$ имеет аддитивный характер и определяется в соответствии с выражением (4):

$$B_{\text{объект } ij} = \sum_{j=1}^J B_{ij} \quad (4)$$

где B_{ij} – оценка j -го показателя в баллах по i -му рынку.

Таблица 6

Показатели развития конкуренции в рамках объективных факторов

Номер показателя (j)	Наименование показателя	Суть показателя	Присвоение балльной оценки (B_{ij})
1	Количество организаций, предоставляющих финансовые услуги соответствующего профиля в регионе	Оценивается количество участников рынка	Количество участников рынка: - более 10 = 2 балла - от 5 до 10 = 1 балл - менее 5 = 0 баллов
2	Индекс рыночной власти Линда	Определяется степень неравенства между лидирующими на рынке продавцами товара. Индекс используется в качестве определителя "границы" олигополии	Значение индекса: - более 5 = 2 балла - от 2,5 до 5 = 1 балл - менее 2,5 = 0 баллов
3	Индекс развития рыночной конкуренции (GAP)	Производится оценка и сопоставление средних долей лидеров рынка и их последователей	Значение индекса: - более 60 = 0 баллов - от 30 до 60 = 1 балл - менее 30 = 2 балла

Окончание таблицы 6

Номер показателя (<i>j</i>)	Наименование показателя	Суть показателя	Присвоение балльной оценки (B_{ij})
4	Композитный индекс CBR – Composite	Производится сопоставление развитости конкуренции по субъектам РФ на основании нормированных индексов Lind и GAP	Значение индекса: - более 80 = 0 баллов - от -80 до 80 = 1 балл - менее -80 = 2 балла
5	Индекс Герфиндаля – Гиршмана	Оценивается уровень монополизации рынка: - значение индекса – более 1800 характеризует монополизированный рынок - значение индекса от 1000 до 1800 – средняя концентрация участников на рынке; - значение индекса менее 1000 означает, что, рынок считается слабо концентрированным	Значение индекса: - более 1800 = 0 баллов - от 1000 до 1800 = 1 балл - менее 1000 = 2 балла

В рамках субъективных факторов исследовалась удовлетворенность финансовыми услугами на указанных ранее рынках. В табл. 7 приведены показатели развития конкуренции в рамках субъективных факторов и балльные оценки ответов, получаемых при опросе.

Определение $B_{\text{субъект } ik}$ по каждому из субъективных показателей осуществляется в соответствии с выражением (5):

$$B_{\text{субъект } ik} = \sum_{k=1}^K B_{ik}^v * D_{ik}^v, \quad (5)$$

где

B_{ik}^v – оценка k -го показателя в баллах по i -му рынку;

D_{ik}^v – доля респондентов, выбравших при оценке k -го показателя вариант v .

Таблица 7

Показатели развития конкуренции в рамках субъективных факторов

Номер показателя (k)	Наименование показателя	Вопрос в анкете проведенного опроса	Присвоение балльной оценки (B_{ik}^v)
1	Оценка доверия финансовым организациям	Укажите, насколько вы доверяете следующим финансовым организациям?	Полностью доверяю и скорее доверяю = 2 балла Полностью не доверяю и скорее не доверяю = 1 балл Не сталкивался = 0 баллов
2	Оценка удовлетворенности работой финансовых организаций	Укажите, насколько вы удовлетворены работой/сервисом следующих финансовых организаций при оформлении и/или использовании финансовых услуг или в любых других случаях, когда вы сталкивались с ними?	Полностью удовлетворен или скорее удовлетворен = 2 балла Полностью не удовлетворен или скорее не удовлетворен = 1 балл Не сталкивался = 0 баллов
3	Оценка удовлетворенности продуктами финансовых организаций	Укажите, насколько вы удовлетворены следующими продуктами/услугами финансовых организаций при их оформлении и/или использовании или в любых других случаях, когда вы сталкивались с ними?	Полностью удовлетворен или скорее удовлетворен = 2 балла Полностью не удовлетворен или скорее не удовлетворен = 1 балл Не сталкивался = 0 баллов

Поскольку балльная оценка $B_{\text{субъект } ik}$ формируется на основе опроса потребителей, то данное обстоятельство требует некоторого пояснения процедуры определения $B_{\text{субъект } ik}$. Выполним это на примере.

Предположим, что опрошено 10 респондентов. Варианты их ответов фиксированы и приведены в табл. 7, равно как и балльная оценка этих

ответов. Определим значение $B_{\text{субъект } ik}$ для показателя 1 из табл. 7 «Оценка доверия финансовым организациям». Пусть в анкетах ответы на данный вопрос распределились следующим образом:

3 респондента ответили, что «Полностью доверяют или скорее доверяют», т.е. этим ответам присваивается по 2 балла, B_{il}^1 ;

5 респондентов ответили, что «Полностью не доверяют и скорее не доверяют», т.е. этим ответам присваивается по 1 баллу, B_{il}^2 ;

2 респондента ответили, что «Не сталкивались» с услугами финансовых организаций, т.е. этим ответам присваивается по 0 баллов, B_{il}^3 .

Таким образом:

- доля первых ответов (по 2 балла) D_{il}^1 составляет в общем количестве обрабатываемых анкет 0,3;

- доля вторых ответов (по 1 баллу) D_{il}^2 составляет в общем количестве обрабатываемых анкет 0,5;

- доля третьих ответов (0 баллов) D_{il}^3 составляет в общем количестве обрабатываемых анкет 0,2.

В итоге

$$B_{il}^v = 2*0,3 + 1*0,5 + 0*0,2 = 1,1. \quad (6)$$

Аналогичным образом рассчитываются все B_{ik}^v .

Максимальное количество баллов, которое может быть набрано в соответствии с изложенной методикой, составляет 16, а минимальное – 0. Поскольку набранные баллы должны трансформироваться в три категории рынка (см. табл. 7), постольку набираемое максимальное значение баллов следует равномерно разбить на три интервала. Третья часть от 16 баллов составляет ориентировочно 5,3 балла. Трансформация набранных баллов в итоговый результирующий вывод приведена в табл. 8.

Отнесение того или иного рынка к соответствующей категории осуществляется на основе полученной общей балльной оценки.

Характеристика рынка в соответствии с набранными баллами

Характеристика рынка	Баллы
Рынок с развитой конкуренцией	Более 10,6 баллов
Рынок с недостаточно развитой конкуренцией	От 5,3 до 10,6 баллов
Рынок с неразвитой конкуренцией	Менее 5,3 баллов

3.3. Ограничения, связанные с применением методики

Любая методика не совершенна и допускает какие-то погрешности и неточности. Знание этих погрешностей и неточностей (а другими словами – ограничений, вносимых методикой) позволяет лучше понимать и трактовать результаты, полученные на основе ее применения. Но это позволяет и формировать направления дальнейшего ее развития.

Авторы считают необходимым указать на некоторые ограничения изложенной методики. К таковым относится, в частности, отсутствие анализа (исследования) по вопросу определения временного интервала рынков. Методика не затрагивает также вопросы анализа (исследования, определения) продуктовых и географических границ рынков товаров и услуг.

Учет в методике временного интервала рынков должен привести к анализу, в частности, следующих факторов:

- сезонность поставок товара в течение года;
- стабильность поставок товара в течение года;
- периоды максимального и минимального спроса;
- время появления товара на рынке;
- степень новизны товара.

Анализ продуктовых границ рынков должен был учитывать такие вопросы, как взаимозаменяемость товаров и услуг (по функциональным, техническим и др. характеристикам).

Особенно следует отметить, что в данном разделе не рассматривался вопрос о географических границах рынка. За такие границы в работе принимались административно-территориальные границы. Хотя понятно, что это достаточно условно. На практике это может приводить к весьма противоречивым выводам. Например, если в каком-либо муниципальном районе имеется 5 детских садов, то в соответствии с формальной оценкой это можно трактовать как наличие удовлетворительной конкурентной среды. Однако, если рассматривать географические границы рынка, а не административно-территориальные, то получится, что эти детсады располагаются на таком расстоянии друг от друга, что не могут являться конкурентами.

Глава 4. Проблемы развития конкуренции на региональных рынках

4.1. Развитие конкуренции на региональных рынках медицинских услуг

Сфера здравоохранения в последние десятилетия претерпела множество изменений. При этом одним из основных направлений развития отрасли стало формирование конкуренции на рынке медицинских услуг.

За последние два десятилетия уже были попытки построения хотя бы теоретической модели функционирования российского здравоохранения в условиях конкуренции. При этом авторы исследований расходятся во мнении не только по поводу механизмов развития конкуренции в данной сфере, но и в формулировках самой цели, которая изменяется от «достижения наивысшей степени удовлетворения целевых потребностей пациента»²⁶ до «получения прибыли»²⁷.

Среди зарубежных практик особый интерес вызывает опыт США, где масштабы конкуренции в данной отрасли наиболее значительны. Однако многолетний опыт функционирования здравоохранения позволяет и исследователям этой страны выделить проблемы в процессе внедрения принципов конкуренции. Уже в 2004 г. М.Е. Портер и Е. Теисберг отмечали, что основная цель и назначение конкуренции, традиционное для стандартного рынка, в сфере здравоохранения не реализуются. Снижение затрат, ожидаемое в результате использования конкурентных механизмов, в здравоохранении принимает форму смещения и переноса их на пациента. «Выгоды для одного участника системы приходят за счет других с одновременным ростом дополнительных административных расходов»²⁸.

²⁶ См., напр., Тогунов И.А. Теория управления рынком медицинских услуг: монография [Текст] / И.А. Тогунов - Владимир. Собор, 2007. - 308 с.

²⁷ См., напр., Селезнев В.Д., Волков С.Д. Проблемы конкуренции в российском здравоохранении // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2016. № 1. С. 112-117 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-konkurentsii-v-rossiyskom-zdravooohranenii>.

²⁸ Porter M., Teisberg E. Redefining Competition in Health Care. Harvard Business Review, 2004, JUNE Available at: <https://hbr.org/2004/06/redefining-competition-in-health-care>.

В России, несмотря на имеющиеся теоретические исследования в области здравоохранения, можно констатировать отсутствие комплексного подхода к оценке конкуренции и ее развитию на региональных рынках медицинских услуг, который мог бы быть использован на практике.

На сегодня практическая реализация установки на развитие конкуренции на социально значимых рынках заключается в проведении ежегодного мониторинга, разработке и реализации плана мероприятий («Дорожной карты») по развитию конкуренции. Мониторинг представляет собой электронное анкетирование потребителей услуг, включающее вопросы, касающиеся удовлетворенности отдельными параметрами конкуренции: уровнем цен, возможностью выбора, качеством услуг.

Очевидно, что подход, основанный лишь на субъективных оценках потребителей, не может дать объективной картины развития конкуренции на рынке. Существующая ситуация требует разработки и реализации методов оценки и развития конкуренции на рынке медицинских услуг, использующих реальные механизмы и адекватные показатели при учете секторов рынка, на которых вообще возможно развитие конкуренции.

В предыдущем разделе изложена методика оценки уровня конкуренции. На ее основе в табл. 9 приведены результаты оценки конкуренции на рынке медицинских услуг Рязанской области.

Таблица 9

Оценка уровня конкуренции на рынке медицинских услуг Рязанской области

Показатели	Балльные оценки уровня конкуренции					Пояснения к присвоению оценок
	2016	2017	2018	2019	2020	
Объективные показатели						
Число организаций, конкурирующих на рынке	2	2	2	2	2	1 балл – менее 4, 2 балла – от 4 до 6, 3 балла – больше 6
Доля государственных и муниципальных предприятий на	1	1	1	1	1	1 балл – более 70 %, 2 балла – от 50 до 70 %, 70 %, 70 %,

Продолжение таблицы 9

Показатели	Балльные оценки уровня конкуренции					Пояснения к присвоению оценок
	2016	2017	2018	2019	2020	
рынке (в объеме оказываемых услуг), %						3 балла – менее 50 %
Изменение количества организаций на рынке за последние 3 года (уменьшение или увеличение), %	1	1	1	1	1	1 балл – до 5 %, 2 балла – от 5 до 25 %, 3 балла – более 25 %
Итого по объективным показателям	4	4	4	4	4	
Субъективные показатели*						
Оценка количества организаций, работающих на целевых рынках	1,46	1,42	1,47	1,66	1,76	Избыточно - 3 балла; Достаточно - 2 балла; Мало - 1 балл; Нет совсем - 0 баллов; Затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается
Удовлетворенность уровнем цен на продукцию на целевых рынках	0,99	0,93	0,86	0,94	0,96	Удовлетворен - 3 балла; Скорее удовлетворен – 2 балла; Скорее не удовлетворен – 1 балл; Не удовлетворен – 0 баллов; Затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается
Удовлетворенность качеством продукции на целевых рынках	1,22	1,07	1,04	1,13	1,11	
Удовлетворенность возможностью выбора продукции на целевых рынках	1,23	1,09	1,12	вопрос не включен в анкету этого года	1,14	
Изменение количества поставщиков продукции на целевых рынках в течение установленного периода	1,76	1,72	1,72	1,84	1,88	Снизилось – 1 балл; Не изменилось - 2 балла; Увеличилось – 3 балла; Затрудняюсь ответить -

Окончание таблицы 9

Показатели	Балльные оценки уровня конкуренции					Пояснения к присвоению оценок
	2016	2017	2018	2019	2020	
						вариант ответа не рассматривается
Итого по субъективным показателям	6,66	6,23	6,21	5,57	6,85	
Интегральная оценка уровня конкуренции	10,66	10,23	10,21	9,57	10,85	

Полученные оценки свидетельствуют, что рассматриваемый рынок попадает в категорию рынков со слабой конкуренцией. Кроме того, отмечается падение удовлетворенности параметрами конкуренции на фоне количественного роста медицинских организаций. А удовлетворенность населения параметрами «цена» и «качество» за рассматриваемый период снизилась с 34 % и 43 % до 29 % и 36 % соответственно (табл. 10).

Таблица 10

Удовлетворенность потребителей медицинскими услугами в 2016 – 2018 гг.

Показатель	Цена		Качество	
	2016	2020	2016	2020
Доля респондентов, выбравших ответы «удовлетворен» и «скорее удовлетворен» в общем количестве опрошенных, %	34	29	43	36

На основе данных ежегодного мониторинга в соответствии со стандартом должен быть разработан и реализован План мероприятий («Дорожная карта») развития конкуренции. Мероприятия, входящие в «Дорожную карту Рязанской области», обобщены в таблице 11.

Таблица 11

Мероприятия, используемые органами власти Рязанской области для развития конкуренции на рынке медицинских услуг в 2016 – 2018 гг.

Запланированные мероприятия по развитию конкуренции	Итоги реализации мероприятий		
	2016 г.	2017 г.	9 мес. 2018 г.
Включение негосударственных (немуниципальных) медицинских организаций в перечень медицинских организаций, участвующих в реализации программы государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи на территории Рязанской области	32	36	37
Создание офисов общей врачебной практики	22 (17 в районах области и 5 в г. Рязани)	25 (20 в районах области и 5 в г. Рязани)	
Создание диализных отделений на территории Рязанской области	Создан и функционирует диализный центр ООО «Фрезениус». При этом Центр был построен в рамках заключенного в 2012 году соглашения между правительством Рязанской области и компанией Fresenius Medical Care Deutschland GmbH		
Обеспечение возможности проведения анкетирования на официальном сайте в сети «Интернет» при проведении независимой оценки качества оказания услуг медицинскими организациями в амбулаторных и в стационарных условиях	Обеспечена возможность проведения анкетирования на официальных сайтах медицинских организаций и сайте Минздрава Рязанской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для организации независимой оценки качества оказания услуг медицинскими организациями		

Анализ мероприятий по развитию конкуренции в Рязанском регионе свидетельствует о том, что основным инструментом развития конкуренции является рост количества организаций: офисов врачей общей практики,

организаций, финансируемых из средств Фонда обязательного медицинского страхования (ФОМС). Однако только обеспечение роста количества организаций не может повлиять на развитие конкуренции на рынке. Необходимо обеспечить не большое количество участников рынка, а рост и разнообразие оказываемых услуг. Только в этом случае можно говорить о конкуренции на рынке.

В 2019 и 2020 гг. перечень мероприятий «Дорожной карты» был существенно сокращен и, по существу, сведен к консультационной и методической помощи, а также к размещению информации на официальном сайте о потребности в открытии медицинских организаций и их обособленных подразделений в муниципальных образованиях Рязанской области, в удаленных и малодоступных местностях по профилям, в том числе с возможностью оказания медицинской помощи в рамках территориальной программы ОМС.

Анализ целевых показателей, заложенных в Плане развития конкуренции (табл. 12), свидетельствует о заведомо низких запланированных темпах роста используемых индикаторов.

Таблица 12

Целевые показатели развития конкуренции на рынке медицинских услуг Рязанской области в 2016 – 2018 гг.

Целевой показатель	Открытие офисов общей врачебной практики (в том числе с применением механизмов государственно-частного партнерства), ед.	Доля медицинских организаций частной системы здравоохранения, участвующих в реализации территориальных программ обязательного медицинского страхования, %
План 2019 г.	8	5,5
Факт 2019 г.	6	4,6
План 2020 г.	8	6,8
Факт 2020 г.	6	4,5

За два последних года реализации плана ожидается увеличение доли медицинских организаций частной системы здравоохранения, участвующих в реализации территориальных программ обязательного медицинского

страхования с 5,5 % до 6,8 %, рост количества офисов врачей общей практики с 6 до 8. Учитывая приведенные значения данных показателей, можно предположить, что они подобраны не из цели развития конкуренции, а на основании возможности их достижения при незначительных усилиях. Это формальное применение программно-целевого подхода. Несмотря на достижение плановых значений показателей, степень удовлетворенности уровнем конкуренции на рынке, да и самими услугами падает. Очевидно, мероприятия и показатели выбраны не из целей улучшения состояния рынка, а скорее с учетом соображений достижимости показателей. Хотя даже при таких значениях достижения показателей не случилось. Офисов врачей общей практики по-прежнему 6, а доля организаций частной системы здравоохранения сократилась с 4,6 % до 4,5 %.

Конечно, специфика рынка медицинских услуг накладывает определенные ограничения на развитие конкуренции на нем.

1. Социальная направленность услуг, обуславливающая необходимость государственного регулирования отрасли в части стандартизации услуг, лицензирования деятельности медицинских организаций, обеспечения населения возможностями получения медицинской помощи вблизи мест их проживания.

2. Участие Фонда обязательного медицинского страхования как посредника в оплате услуг. Предполагается, что средства Фонда должны стать основным стимулом для конкуренции среди медицинских организаций.

3. Наличие значительной доли государственных организаций-поставщиков услуг. Снижение этой доли возможно, но не на все виды услуг.

Для примера на рис. 12 приведена структура рынка медицинских услуг Рязанской области по видам собственности организаций в 2019 – 2020 гг. В рамках программы обязательного медицинского страхования (ОМС) в 2019 и 2020 годах на рынке работало 33 организации.

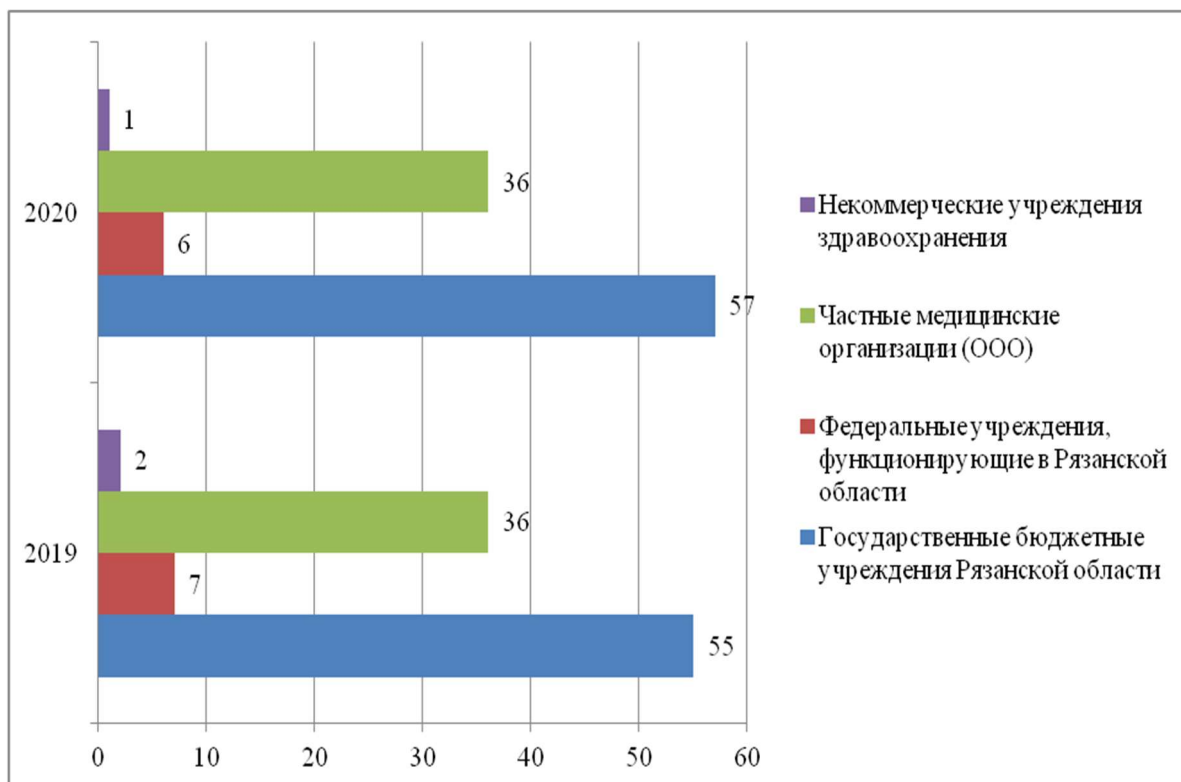


Рис. 12. Структура рынка медицинских услуг Рязанской области по видам собственности организаций в 2018 г.

Анализ работающих в регионе коммерческих медицинских организаций позволяет утверждать, что основной профиль их деятельности сводится к амбулаторной помощи, проведению анализов. Отдельным сектором рынка, в котором уже развита конкуренция, можно считать стоматологию. Отчасти это обусловлено сравнительно низкими издержками вхождения на рынок. Организация перечисленных видов медицинской помощи не требует значительных затрат. Кроме того, существенным фактором является отсутствие ощутимых изменений в нормативном регулировании данных видов медицинской помощи. Ярким примером влияния последнего фактора является рынок услуг пластической хирургии. В связи с последними изменениями в нормативно-правовой базе этого вида медицинской помощи спектр деятельности большинства клиник пластической хирургии страны резко сократился, сведясь к консультированию и послеоперационному обслуживанию. Соответственно

уровень конкуренции на рынках, по крайней мере региональных, в данном сегменте существенно снизился.

Развитие конкуренции на рынке медицинских услуг региона должно осуществляться с использованием системного подхода и решать следующие задачи:

- оптимизация ассортимента медицинских услуг на территории региона;
- снижение административных барьеров вхождения на рынок;
- обеспечение прозрачности и упрощение механизма финансирования организаций из средств ФОМС;
- формирование модели функционирования системы здравоохранения, предполагающей использование конкурентных механизмов, а не перевод отрасли полностью на рыночные условия работы.

Социальная направленность рассматриваемой сферы требует от государства гарантий качества оказания необходимой медицинской помощи в регионе. Без определенного государственного регулирования эта сфера функционировать не может, поэтому первая задача региональных органов власти - обеспечить условия для формирования широкого ассортимента медицинских услуг. Для этого целесообразно проведение инвентаризации медицинских услуг, оказываемых в регионе, определение проблемных видов услуг и районов отсутствия необходимых видов помощи.

Для стимулирования роста количества клиник «нужных» направлений следует проанализировать административные барьеры. На сегодняшний день административные барьеры развития рынка медицинских услуг заключаются в следующем.

Лицензирование. К моменту лицензирования у соискателя лицензии должно быть оборудование, помещение и персонал. При этом деятельность еще не ведется. Срок ожидания лицензии составляет 45 рабочих дней, ее стоимость - 7500 руб. Таким образом, не имея возможности получения доходов, медицинская организация в процессе лицензирования вынуждена

оплачивать аренду помещения, оборудования, коммунальные услуги в течение 1,5 месяцев в случае полной корректности и правильности подготовки документов на лицензирование.

Организационные проблемы работы в системе ОМС. Включение медицинской организации в систему финансирования из ФОМС предъявляет выполнение жестких требований как к процессу оказания медицинской помощи, так и к последующей отчетности перед фондом. Наряду с фиксированными тарифами за каждую услугу, фондом установлены штрафные санкции за нарушения в работе, в частности, за размещение информации на сайте организации, информирование населения, назначение препаратов. Эти условия, с одной стороны, призванные обеспечить качество оказания медицинской помощи, создают непреодолимые препятствия для начинающих малопрофильных клиник с невысоким потоком пациентов. Необходимость соблюдения всех выставленных требований заставляет клиники отказываться от системы финансирования из ФОМС и выстраивать отношения напрямую с пациентами.

Финансовые проблемы работы в системе ОМС. На сегодняшний момент система финансирования за счет средств ФОМС не предполагает получения прибыли, что противоречит цели организации коммерческой клиники. Кроме того, тарифы абсолютно не связаны с качеством оказания услуги, которое в частных организациях, как правило, выше в связи с использованием более современного оборудования. При этом при работе в системе ОМС между оплатой и выпиской пациента существует значительный временной промежуток.

Все перечисленные особенности и проблемы должны лечь в основу разработки модели здравоохранения, построенной не на формировании конкурентного рынка медицинских услуг, а на использовании конкурентных механизмов в тех аспектах деятельности организаций, где это необходимо. При этом переходный период должен четко контролироваться государством.

Модель функционирования системы здравоохранения в ближайшей перспективе может быть сформирована (см. рис. 13).



Рис. 13. Модель развития конкуренции на рынке медицинских услуг

Представленная модель включает в себя разные уровни оказания медицинской помощи: от амбулаторно-поликлинической помощи до круглосуточного стационара и высокотехнологической медицинской помощи. Градация этих уровней построена по принципу сложности и затратности организации предоставления медицинской помощи, с целью развития конкурентных механизмов в отрасли. Внедрение принципов

конкуренции логичнее всего начать с первого уровня системы. Как ранее было сказано, частично это уже сделано: во всех регионах наряду с государственными поликлиниками существуют частные врачебные практики, коммерческие медицинские учреждения и т.д. Этот уровень системы здравоохранения имеет следующие особенности:

- сравнительно небольшие затраты на организацию работы;
- сравнительно низкая стоимость услуг;
- стандартность большинства услуг по содержанию;
- стабильный поток пациентов по сравнению с другими уровнями системы.

Все эти особенности обуславливают достаточно простое внедрение конкурентных механизмов при условии снижения имеющихся административных барьеров. Например, на сегодня стала очевидной неприживаемость принципов страховой медицины в коммерческом секторе первого звена. Об этом свидетельствует низкая доля клиник, функционирующих в рамках системы ОМС, низкие тарифы оплаты медицинской помощи на этом уровне в сочетании со значительными объемами контроля со стороны ФОМС. Поэтому сама идея о развитии конкуренции в медицине путем включения коммерческих клиник в систему финансирования из Фонда не представляется реализуемой. Для этого уровня медицинской помощи целесообразны сокращения объемов страховой медицины и стимулирование развития клиник, работающих напрямую с пациентом. В качестве механизмов такого стимулирования могут стать: гранты на организацию медицинских клиник, налоговые каникулы при внедрении определенных видов медицинских услуг или в первые годы работы, имущественная и правовая поддержка начинающих клиник. Перечисленные меры во многом уже имеют успешный опыт применения в других сферах и могут быть распространены на медицинские организации.

Второй и третий уровни системы здравоохранения отличаются трудоемкостью и существенными затратами в организации. На этих уровнях

образование конкурирующих между собой клиник существенно осложняется. И если в некоторых регионах существуют альтернативные станции скорой помощи или клиники отдельных профилей, функционирующие в коммерческом формате, то альтернатива районной или областной больнице вряд ли возможна. Соответственно на этих уровнях вероятнее всего конкуренция не между организациями, а между отдельными услугами. Здесь уже целесообразно внедрение принципов страховой медицины: тарифы на услуги в рамках рассматриваемых уровней со стороны ФОМС существенно выше, чем на амбулаторно-поликлиническую помощь, и клиники, используя эти механизмы, должны иметь возможность получения некоторого дохода и покрытия своих расходов. Со стороны государства в качестве стимулирующих механизмов здесь должны превалировать мероприятия, направленные на развитие отдельных видов услуг в рамках коммерческой медицины, а также упрощение работы с ФОМС.

Внедрение принципов конкуренции на всех обозначенных уровнях системы здравоохранения должно сопровождаться уже описанными ранее условиями, реализуемыми органами власти: стимулирование развития отдельных видов медицинских услуг или коммерческих клиник, снижение имеющихся административных барьеров и стабильность нормативно-правовой базы, регулирующей оказание услуг.

Естественно, представленная модель сформирована в общем теоретическом виде и нуждается в доработке и учете множества нюансов функционирования отдельных направлений медицинской помощи.

4.2. Особенности развития конкуренции на рынке услуг общего образования

Рынок услуг общего образования стал объектом мониторинга и развития конкуренции с 2019 г. При этом, если рассматривать данную сферу в целом, то в рамках развития всего общего образования имеется несколько

нормативно-правовых актов.

Во-первых, приоритетность этой сферы обозначена в Стратегии социально-экономического развития Рязанской области до 2030 года²⁹ в рамках направления «развитие человеческого капитала». Основной целью, заявленной в данном направлении, является «создание условий для развития человеческого капитала и самореализации личности, обеспечение социальной поддержки». Обозначенная цель предполагает реализацию достаточно широкого спектра задач, среди которых:

- разработка алгоритмов взаимодействия школ, демонстрирующих стабильно низкие образовательные результаты, со школами-лидерами в целях достижения устойчивой положительной динамики их работы;
- техническое и методическое обеспечение деятельности образовательных организаций, в том числе современными информационно-коммуникационными технологиями, вовлечение 100 % участников в систему электронного обмена данными "школа-семья", развитие систем онлайн-контроля за успеваемостью учащихся;
- строительство новых школ, направленное на ликвидацию второй смены, перевод обучающихся из зданий с износом свыше 50 %;
- совершенствование технической базы школ, 100 %-ный доступ к электронным библиотекам;
- обеспечение комплексной безопасности образовательных организаций, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий;
- совершенствование системы выявления, поддержки и развития одаренных детей и молодежи;
- организация подготовки одаренных детей к олимпиадам,

²⁹ Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Рязанской области до 2030 года, утв. Постановлением правительства Рязанской области от 25 декабря 2018 года № 418 URL: <http://docs.cntd.ru/document/550304077>.

включая привлечение вузов, наставников из других регионов, победителей предыдущих годов и др.

Спектр приведенных задач достаточно широк, но в целом можно сделать вывод о том, что стратегические ориентиры в области общего образования сведены к модернизации системы, обновлению технологий обучения, в том числе с помощью активного использования цифровых технологий.

Все поставленные задачи должны трансформироваться в государственные программы региона. В Рязанской области принята и уже долгое время реализуется Государственная программа Рязанской области «Развитие образования и молодежной политики», в рамках которой выделена Подпрограмма 1 «Развитие общего образования».

Целью данной подпрограммы является создание в системе общего образования равных возможностей для современного качественного образования и позитивной социализации детей.

В табл. 13 приведены задачи подпрограммы в отношении общего образования, основные мероприятия и показатели. Анализ задач развития общего образования свидетельствует о достаточно широком взгляде на проблемы развития сферы. Формирование образовательной сети, модернизация содержания образования – все это актуально и своевременно для рассматриваемой отрасли. Однако в сравнении со спектром задач Стратегии региона приведенную в табл. 13 совокупность можно отнести лишь к отдельным стратегическим направлениям развития области. Большинство же стратегических задач остались незатронутыми.

Мероприятия госпрограммы, с помощью которых планируется достичь заявленных целей и задач, также вызывают сомнения. В частности, формирование образовательной сети и финансово-экономических механизмов, обеспечивающих равный доступ населения к услугам общего образования, планируется осуществить с помощью трех мероприятий, в значительной степени сведенных к выполнению ремонтных работ.

Таблица 13

Анализ задач, мероприятий и показателей развития общего образования в соответствии с подпрограммой «Развитие общего образования» Рязанской области

Задачи	Мероприятия	Показатели
Формирование образовательной сети и финансово-экономических механизмов, обеспечивающих равный доступ населения к услугам общего образования	Предоставление субсидий бюджетам муниципальных образований (МО) на проведение ремонтных работ	Количество школ, осуществивших ремонтные работы к началу учебного года
	Предоставление субсидий бюджетам МО на создание в музеях военно-патриотического профиля экспозиций, посвященных 75-летию Победы	Количество музеев военно-патриотического профиля
	Благоустройство зданий образовательных организаций в целях соблюдения требований к воздушно-тепловому режиму, водоснабжению и канализации	Количество зданий, в которых выполнены мероприятия по благоустройству
Модернизация содержания образования и образовательной среды для обеспечения готовности выпускников общеобразовательных организаций к дальнейшему обучению и деятельности в высокотехнологичной экономике	Субсидии на разработку учебно-методических материалов, на мониторинг учебных результатов, повышение качества образования в школах с низкими результатами обучения и функционирующих в неблагоприятных социальных условиях	Доля муниципальных систем общего образования, в которых разработаны и реализуются мероприятия по повышению качества образования в школах с низкими результатами обучения и функционирующих в неблагоприятных социальных условиях
	Предоставление субсидий бюджетам МО на закупку транспортных средств для перевозки детей	
	Субсидии на развитие математического образования в общеобразовательных организациях	Доля общеобразовательных организаций, осуществляющих углубленное изучение математики

Продолжение таблицы 13

Задачи	Мероприятия	Показатели
	Функционирование и развитие АИС «Электронная школа», «Электронное образование»	Доля общеобразовательных организаций, включенных в единое информационное пространство
	Приобретение металлоискателей и организация видеонаблюдения на ЕГЭ; приобретение техники подавления сигналов подвижной связи для ЕГЭ	Доля школ, оборудованных металлоискателями
	Развитие национально-региональной системы независимой оценки качества общего образования	
	Создание материально-технической базы для реализации основных и дополнительных образовательных программ цифрового и гуманитарного профилей	Доля общеобразовательных организаций, отвечающих современным требованиям. Доля обучающихся, охваченных основными и дополнительными программами цифрового, естественнонаучного и гуманитарного профилей
Реализация регионального проекта "Современная школа (Рязанская область)", направленного на достижение результатов реализации федерального проекта "Современная школа"		

Модернизация содержания образования также связана в основном с закупками программного обеспечения, разработкой методических материалов. Спектр показателей результативности традиционно ограничен индикаторами непосредственного результата, что приводит к игнорированию результатов реализации задач и цели подпрограммы.

Анализ приведенных мероприятий и показателей позволяет отнести их в большей степени к текущему обеспечению функционирования сферы, а не к ее развитию, что опять же вступает в противоречие со стратегическими ориентирами в области общего образования.

Как уже было сказано, с 2019 г. рынок услуг общего образования стал объектом мониторинга и развития конкуренции. Соответственно в План мероприятий («Дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Рязанской области были включены мероприятия относительно этого рынка. Если рассмотреть «Дорожную карту» Рязанской области, объектом которой этот рынок является уже 2 года, можно отметить, что среди запланированных мероприятий содержится лишь предоставление субсидий местным бюджетам на возмещение затрат частным школам, проведение обучающих семинаров и консультаций (табл. 14).

Таблица 14

Мероприятия «Дорожной карты» по содействию развитию конкуренции на рынках Рязанской области в части общего образования

Цель мероприятий	Наименование мероприятия	Информация о выполнении мероприятия	
		2019 г.	2020 г.
Создание условий для развития конкуренции на рынке услуг по общему образованию. Развитие сектора частных образовательных организаций в сфере общего образования	Предоставление субвенций бюджетам МО на финансовое обеспечение получения образования в частных общеобразовательных организациях	На оплату труда работников, приобретение учебников и учебных пособий, средств обучения, игр и игрушек в частных общеобразовательных организациях Рязанской области, бюджетам муниципальных образований, на территории которых расположены частные общеобразовательные организации, (г. Касимов и Рязань) представлены субвенции в общем объеме: 2019 г. - 22 694,1 тыс. руб. 2020 г. - 27 817,3 тыс. руб.	
	Проведение региональных педагогических мероприятий с участием частных образовательных	В течение года директора частных общеобразовательных организаций принимали участие в региональных форумах, «круглых столах» и т.д.	

Окончание таблицы 14

Цель мероприятий	Наименование мероприятия	Информация о выполнении мероприятия	
		2019 г.	2020 г.
	организаций, реализующих программы по общему образованию		
	Методическая, консультационная, юридическая и информационная поддержка частных образовательных организаций	Методическая и консультационная поддержка по вопросам расходования средств субсидий, предоставления сведений в рамках проводимых мониторингов, реализации ФГОС общего образования оказывалась в течение года	

Показатели результативности по «Дорожной карте» также сведены к количественным индикаторам непосредственных результатов (доля обучающихся в частных образовательных организациях в общем числе обучающихся, количество частных организаций общего образования). Ежегодные отчеты включают описание объемов выделенных средств и проведенных мероприятий.

Учитывая, что ни Стратегия социально-экономического развития Рязанской области, ни государственная программа не содержат тезисов о развитии конкуренции в общем образовании, очевидным становится факт противоречия между указанными документами и Дорожной картой по развитию конкуренции.

Значительный период функционирования этой сферы в условиях государственного задания и высокая степень регулирования всех процессов со стороны государства не позволяют быстро перевести работу учреждений на конкурентные принципы. Необходимы модель функционирования каждого рынка и переходный период для каждого этапа преобразований.

На практике же с 2016 г. проводится ежегодный мониторинг удовлетворенности населения услугами социальных рынков и разрабатывается ежегодный план мероприятий, практически не

изменяющийся с течением лет. В условиях отсутствия четкой модели построения рынка все мероприятия носят формальный характер, и работа в этом направлении принимает лишь форму подготовки ежегодных отчетов, так как это требуется федеральными органами власти.

В сфере общего образования можно отметить следующие особенности, сдерживающие развитие конкуренции:

- существующая практика (по крайней мере, в г. Рязани) закрепления муниципальных учреждений за определенной территорией города;

- жесткая регламентация всех процессов учреждения (лицензирование, аккредитация деятельности, организация учебного процесса, содержание помещений в соответствии с СанПИН и другими требованиями и т.д.), а также масштабы деятельности (организация программ обучения детей с 1 по 11 класс), исключающие возможность участия в данной сфере представителей малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей;

- стратегическое значение системы образования для страны снижает необходимость широкого распространения частной формы организации деятельности в связи с необходимостью контроля содержательной части услуг со стороны государства. Все это накладывает существенные ограничения на процесс развития конкуренции в сфере общего образования.

4.3. Институциональные преобразования в развитии конкуренции в социальной сфере

Настоящий раздел в данной работе является завершающим. И здесь авторы не столько представляют результаты своих исследований, сколько ставят вопросы о развитии данной сферы, полемизируя о возможностях и целесообразности данного развития.

Основной акцент делается на социальные рынки. На те сферы деятельности, которые традиционно относятся к сфере деятельности

государства (это образование, здравоохранение, социальная политика и т.п.), а стало быть, также традиционно, менее других исторически предрасположенных к конкурентной деятельности. Сама исторически сложившаяся традиционность деятельности организаций социальной сферы предполагает, что, если и двигаться по пути рыночных реформ и конкурентной экономики в данной сфере, то, безусловно, придется затрагивать институциональные основы ее функционирования и реакцию на предполагаемые изменения со стороны потребителей.

Наличие и развитие конкурентной среды в сфере здравоохранения должно, очевидно, выражаться в соперничестве между страховыми компаниями за застрахованных и между учреждениями здравоохранения за пациентов. Возможно ли построение рынка медицинских услуг как системы взаимоотношений между поставщиками (учреждениями здравоохранения), потребителями (физическими лицами) и покупателями медицинских услуг (страховыми организациями), при которой потребитель оказывает решающее влияние на «расстановку сил» на рынке? От его выбора должна зависеть деятельность как поставщиков, так и покупателей медицинских услуг. Какова при этом будет функция предпочтения потребителя?

Может ли быть образование (в данном случае речь идет исключительно об образовании высшем) полноценным участником рыночных экономических отношений? Традиционно в программах правительства и политических партий, в разделах бюджета, материалах СМИ и выступлениях политиков высшее образование рассматривается и обсуждается в разделах социальной политики. Однако в рамках четвертой промышленной революции может ли за основу быть принята точка зрения, при которой университет рассматривается не как бюджетное учреждение, а как корпорация с вытекающими последствиями ее деятельности в рамках рыночной конкуренции? Может ли на этом пути быть создан эффективный рынок образования?

Если формулировать вопрос в более общем виде, то он может звучать

таким образом. Может ли в социально ориентированном государстве эффективно работать бизнес в социальной сфере? Сочетаемы ли эти два понятия: «социальное государство» и «бизнес в социальной сфере», «социальное обеспечение» и «прибыль»? И если ответ – утвердительный, то каковы условия этого сочетания и механизмы необходимых преобразований?

Государство – это институт всего общества, оно выполняет многие функции, обеспечивающие жизнедеятельность последнего. Одним из основных его назначений является управление социальными делами. Государство — явление общесоциальное и конструктивное. В общем и целом, государство движется вместе с обществом, эволюционирует и развивается. Поэтому, рассматривая развитие института конкуренции, нельзя не принимать во внимание не только собственно меры, принимаемые со стороны государства, но и реакцию на них со стороны общества.

Определенная самостоятельность государства, его органов и аппарата естественна, необходима, оправданна, но относительна. Без нее не может быть активного и целеустремленного воздействия на общество в целом или на отдельные общественные сферы. Самостоятельность государства проявляется в свободе выбора при принятии им управленческих и других актов, при избрании путей и методов решения встающих перед обществом задач, при определении стратегии и тактики государственной политики.

Однако подобная самостоятельность государства относительна, она имеет свои пределы по отношению к обществу. И пределы эти определяются обществом. У любого общества имеются многочисленные объективные потребности. Если политика государства соответствует этим потребностям, то ее результаты будут обществом одобрены. Напротив, деятельность государства, противоречащая названным потребностям, может причинить вред обществу, вызвать в нем кризисные явления. Это означает, что государство вышло за пределы своей самостоятельности, его политика становится антисоциальной.

Применительно к социальной сфере конкуренция означает, что создаваемые условия должны приводить к таким последствиям, при которых потребитель (человек) склоняется к альтернативным (не государственным) предложениям по предоставлению услуг. И делает это добровольно в условиях имеющегося выбора.

Рассматривая исключительно управленческие воздействия на развитие конкуренции со стороны государства, следует отметить еще одну особенность этого процесса, характерную для современной реальности. Дело в том, что, проводя мониторинг, анализ конкуренции на уровне регионов и принимая на их основе управляющие решения, органы государственной власти могут действовать исключительно в рамках административно-территориальных границ субъектов РФ. А последние осуществляют то же самое в границах муниципальных образований. По-другому система управления на сегодняшний день построена быть не может. Ибо только в рамках административно-территориальных границ реализуются властные полномочия органов региональной и муниципальной власти. За пределами этих границ мониторинг конкуренции, анализ рынков и мнений потребителей, реализация регулирующих воздействий осуществлены быть не могут.

Но рынки работают по другим правилам. На их деятельность большое влияние оказывают не административные границы, а так называемые географические, те границы, в рамках которых ведет деятельность поставщик товаров, работ, услуг.

Следствием такого противоречия являются те особенности анализа, которые были выявлены авторами работы в ходе проведения мониторинга на протяжении последних пяти лет.

Выделение отдельных специфических рынков для анализа (радиоэлектроника, электротехника и т.д.) в процессе анкетирования вызывает сомнение. Объективно понятно, что в Рязанском регионе рынки производства радиоэлектроники, электротехники и т.д. не могут считаться

конкурентными (в силу количества действующих субъектов). Поэтому мнение населения здесь ничего не изменит.

Использование результатов мониторинга затрудняется тем, что большинство обозначаемых респондентами административных барьеров имеют источником решения федерального уровня власти. В этих условиях получается, что региональный уровень только исследует уровень конкуренции, но не имеет полномочий для снижения выявленных барьеров. Так, большинство респондентов отмечают проблему высоких налогов, но данное решение в незначительной степени может зависеть от регионального уровня управления.

Большое сомнение вызывает необходимость развития конкуренции (а соответственно ее мониторинг и анализ) во многих отраслях социальной сферы на территориях с низкой плотностью населения. В первую очередь, это относится к муниципальным районам. Как правило, муниципальные районы имеют в подавляющем большинстве сельский образ жизни. В них преобладает сельское население, вид экономической деятельности, как правило, – аграрный.

В этих условиях социальное обеспечение населения вряд ли стоит развивать путем развития конкуренции. Например, мониторингу конкуренции в сфере образования подвергается муниципальный район. В районе имеется 8 школ и столько же детских садов. Формально в рамках административно-территориальных границ района можно говорить о возможной конкуренции между учреждениями образования. Но реально с учетом географических границ (расстояние между учреждениями больше 10 км) такая конкуренция невозможна. Создавать в сельском населенном пункте дополнительно школу или детсад только для удовлетворения условий конкуренции – не разумно. Подобная картина естественно присуща не только сфере образования, но социальной сфере на селе вообще.

Заключение

Традиционно (вплоть до относительно недавнего времени) в Российском обществе государство рассматривалось как исключительный источник предоставления социальных благ. Однако экономическая теория не стоит на месте, она развивается вместе с развитием государства и общества, пытаясь отвечать на появляющиеся в новых реалиях вопросы. По словам американского историка экономической мысли Роберта Л. Хайлбронера, «экономическая наука, наконец, вышла за узкие пределы ее прежнего царства - царства производства и распределения - и может теперь заявить свои права на обширную территорию, простирающуюся от семейных отношений до спорта, от антропологии до государственного права».

Современные институциональные теории государства отражают в той или иной степени взаимодействие государства и общества. Одна из подобных современных институциональных теорий государства – теория общественных благ – рассматривает государство как производителя общественных благ. При этом у этих самых благ отсутствует конкурентность при потреблении. В качестве классического примера общественного блага в данном случае приводится защита страны от внешней агрессии.

Вопрос в том, может ли роль государства состоять не только и не столько в том, чтобы предоставлять эти общественные блага, сколько в том, чтобы создавать условия для вовлечения предоставления подобных благ в рыночный оборот?

И авторы настоящей работы задаются вопросом, насколько возможно применение конкурентных отношений в данных сферах? И, если это возможно, то насколько эффективно? И каким образом процессы конкуренции развиваются в данных сферах в настоящее время?

Библиографический список

1. Федеральный закон № 135-ФЗ от 26 июля 2006 г. «О защите конкуренции».
2. Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. № 2579-р «О развитии конкуренции и совершенствовании антимонопольной политики».
3. Указ Президента Российской Федерации от 21.12.2017 года № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции».
4. Распоряжение Правительства РФ от 5 сентября 2015 г. № 1738-р «Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».
5. Распоряжение Правительства РФ от 17 апреля 2019 г. № 768-р «Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».
6. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 28 апреля 2010 г. № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».
7. Приказ Министерства экономического развития РФ от 4 февраля 2016 г. № 43 «О внесении изменений в приказ Минэкономразвития России от 15 мая 2014 г. № 266 «Об утверждении методики расчета значений показателей оценки эффективности деятельности руководителей федеральных органов исполнительной власти и высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов РФ по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности, в отношении которых Минэкономразвития России является федеральным органом исполнительной власти, ответственным за предоставление информации о достигнутых значениях показателей».

8. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 23 апреля 2015 г. № 290/5 «Об утверждении перечня товарных рынков для исследования территориальными управлениями ФАС России».

9. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 29 августа 2018 г. № 1232/18 «Об утверждении методик по расчету ключевых показателей по развитию конкуренции в отраслях экономики в субъектах РФ».

10. Доклад Федеральной антимонопольной службы «О состоянии конкуренции в РФ за 2018 год».

11. Методические рекомендации по исследованию рынков социальной сферы в целях оценки изменений состояния конкуренции в результате реализации мероприятий Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ. – Приказ Федеральной антимонопольной службы от 23 апреля 2015 г. № 290/5.

12. Внедрение Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ: опыт регионов и лучшие практики / Аналитический центр при Правительстве РФ. Информационная записка, 2014.

13. Руководство по заполнению электронной формы «Отчет о внедрении Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ» / Аналитический центр при Правительстве РФ. Информационно-методический документ, 2016.

14. Рекомендации по составлению выборки респондентов для проведения опросов в субъектах РФ: опыт регионов и лучшие практики / Аналитический центр при Правительстве РФ.

15. Анисимов А.В. Экономическое содержание и виды административных барьеров // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. № 3. С. 5-11.

16. Горбова О.Ю. Развитие конкуренции на региональных рынках медицинских услуг // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2019. Т.21. № 3. С.97-106.

17. Горбова О.Ю., Перфильев С.В. Анализ административных барьеров в развитии конкуренции на рынках Рязанской области // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2020: сб. тр. III междунар. науч.-техн. форума: в 10 т. / под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: Рязан. гос. радиотехн. у-нт, 2020. – 218 с.

18. Перфильев С.В., Горбова О.Ю., Кузнецова О.И., Бычкова Н.А. Разработка методики оценки состояния конкуренции на региональных рынках // Научный результат. Экономические исследования. 2016. Т. 2. №4. С.32-37. [Электронный ресурс]. URL: <http://research-result.ru/journal/economic/annotation/955/> (Дата обращения: 06.02.21).

19. Перфильев С.В., Горбова О.Ю., Бычкова Н.А. Оценка состояния конкуренции на социально-значимых рынках Рязанской области // Управление экономическими системами. Электронный журнал. – 2018. №1. [Электронный ресурс]. URL: <http://uecs.ru/marketing/item/4755-2018-01-28-09-42-49> (Дата обращения: 10.02.21).

20. Перфильев С.В., Горбова О.Ю., Бычкова Н.А. Особенности развития конкуренции на рынке услуг дошкольного образования // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2019: сб. тр. II междунар. науч.-техн. форума: в 10 т. / под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: ИП Коняхин А.В., 2019. т. 7. С. 103-106.

21. Перфильев С.В., Горбова О.Ю. Оценка конкуренции на рынках муниципальных районов Рязанской области // Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сб. тр. Всероссийской науч.-практ. конференции. г. Стерлитамак, Российская Федерация, Агентство международных исследований, 2019. С.71 – 74.

22. Перфильев С.В., Кутузов Е.А. Вопросы оценки регулирующего воздействия в задачах мониторинга развития конкуренции // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2017: сб. тр. II междунар. науч.-техн. форума: в 8 т. / под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: ИП Коняхин А.В., 2017. Т. 6. С. 28-33.

23. Бычкова Н.А. Мировой опыт оценки состояния конкуренции на рынке // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2017: сб. тр. II междунар. науч.-техн. форума: в 8 т. / под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: ИП Коняхин А.В., 2017. Т. 6. С. 33-35.

24. Перфильев., Бычкова Н.А. Об итогах мониторинга и мерах по развитию конкуренции на региональных рынках Рязанской области // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2017: сборник трудов II междунар. науч.-техн. форума: в 8 т. / под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: ИП Коняхин А.В., 2017. Т. 6. С. 18-22.

25. Горбова О.Ю., Кузнецова О.И., Перфильев С.В. Методика оценки состояния конкурентной среды // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2017: сб. тр. II междунар. науч.-техн. форума: в 8 т. / под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: ИП Коняхин А.В., 2017. Т. 6. С. 22-25.

26. Киселева Е.Н. Оценка воздействия на конкуренцию и возможности использования некоторых методик измерения уровня конкурентности среды на рынках для целей оценивания // Коллоквиум Оценивание программ и политик: методология и применение, вып. VII / под ред. Д.Б. Цыганкова. М. 2014. – 168-188 с.

27. Инструкции для оценки воздействия на конкуренцию. т. 1: Принципы // версия 2.0 ОЭСР [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oecd.org/competition/toolkit> (Дата обращения: 23.11.20).

28. Доклад о развитии и результат процедуры ОРВ в Рязанской области за 2014 год. [Электронный ресурс]. URL: <https://mineconom.ryazangov.ru/direction/orv/news/119840/> (Дата обращения: 06.02.21).

29. Доклад о развитии и результат процедуры ОРВ в Рязанской области за 2015 год. [Электронный ресурс]. URL: <https://mineconom.ryazangov.ru/direction/orv/news/147670/> (Дата обращения: 06.02.21).

30. Доклад о развитии и результат процедуры ОРВ в Рязанской области за 2016 год. [Электронный ресурс]. URL: <https://mineconom.ryazangov.ru/direction/orv/news/157034/> (Дата обращения: 06.02.21).

31. Доклад о развитии ОРВ на региональном и муниципальном уровнях в 2014 году. [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/ria/orvrf/regionalmonitopring/> (Дата обращения: 03.02.21).

32. Доклад о развитии ОРВ на региональном и муниципальном уровнях в 2015 году. [Электронный ресурс]. URL: <http://orv.gov.ru/Regions/Ratings?prop=Rating&order=Desc> (Дата обращения: 17.02.21).

33. Сопова Е. В., Щербинина Л. Ю. Обзор методик по оценке уровня конкуренции на рынке // Вопросы экономики и управления. 2016. № 3.1. С. 47-49.

34. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика /Г. Л. Азоев. М.: Центр экономики и маркетинга, 2013. 208 с.

35. Решение Совета Евразийской Экономической Комиссии от 30 января 2013 г. № 7, утвердившего МЕТОДИКУ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ.

36. Мокроносов А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного университета, 2014. 194 с.

37. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. Методика исследования конкуренции на рынке. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/06.shtml> (Дата обращения: 03.02.21).

38. Тогунов И.А. Теория управления рынком медицинских услуг: монография [Текст] // И.А. Тогунов - Владимир. Собор, 2007. - 308 с.

39. Селезнев В.Д., Волков С.Д. Проблемы конкуренции в российском здравоохранении // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2016. № 1. С. 112-117. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-konkurentsii-v-rossiyskom-zdravoohranenii> (Дата обращения: 03.02.21).
40. Porter M., Teisberg E. Redefining Competition in Health Care. Harvard Business Review, 2004, JUNE. [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr.org/2004/06/redefining-competition-in-health-care> (Дата обращения: 03.02.21).
41. Баранов И.Н. Конкуренция в сфере здравоохранения. Научные доклады, № 1 (R)–2010. СПб.: ВШМ СПбГУ, 2010.
42. Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Рязанской области в 2017 году. Доклад Министерства промышленности и экономического развития Рязанской области, 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://invest-r.ru/articles/details/id/33> (Дата обращения: 03.02.21).
43. Распоряжение Губернатора Рязанской области от 29 декабря 2015 г. № 454-рг «Об утверждении перечня рынков для содействия развитию конкуренции и плана мероприятий ("Дорожная карта") по содействию развитию конкуренции в Рязанской области».

Сравнение рынков, определенных Стандартами 2015 и 2019 гг.

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
Рынок	Ключевой показатель	Значение ключевого показателя	Рынок	Ключевой показатель	Значение ключевого показателя
<u>Рынок услуг дошкольного образования</u>	Удельный вес численности детей частных дошкольных образовательных организаций в общей численности детей дошкольных образовательных организаций, %	Без цифр	<u>Рынок услуг дошкольного образования</u>	Доля обучающихся в частных образовательных организациях, у индивидуальных предпринимателей в общей численности обучающихся, %	1,6, но не менее 1 частной организации
			<u>Рынок услуг общего образования</u>	Доля обучающихся в частных образовательных организациях в общем числе обучающихся в образовательных организациях, %	1, но не менее 1 частной организации
			<u>Рынок услуг среднего профессионального образования</u>	Доля обучающихся в частных образовательных организациях в общем числе обучающихся в образовательных организациях, %	5, но не менее 1 частной организации
<u>Рынок услуг детского отдыха и оздоровления:</u> развитие сектора негосударственных (немуниципальных) организаций	Доля детей от 7 до 17 лет, воспользовавшихся сертификатом на отдых детей и оздоровление в общей численности детей, отдохнувших в организациях отдыха и	В 2017 г. – 20 %	<u>Рынок услуг детского отдыха и оздоровления</u>	Доля организаций отдыха и оздоровления детей частной формы собственности, %	20

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
	оздоровления соответствующего типа				
<u>Рынок услуг дополнительного образования детей:</u> развитие частных организаций	Увеличение доли детей от 5 до 18 лет, получающих услуги в сфере дополнительного образования в частных организациях	На 2 % ежегодно 2015-2018 гг.	<u>Рынок услуг дополнительного образования детей</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере услуг дополнительного образования детей, %	5
<u>Рынок медицинских услуг:</u> включение негосударственных (немуниципальных) организаций в реализацию территориальных программ ОМС	Доля затрат на медицинскую помощь по ОМС, оказанную негосударственными (немуниципальными) организациями, в общих расходах на выполнение территориальных программ ОМС	В 2018 г. - не менее 10 %	<u>Рынок медицинских услуг</u>	Доля медицинских организаций частной системы здравоохранения, участвующих в реализации территориальных программ ОМС, %	10
<u>Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья</u>	Доля негосударственных (немуниципальных) организаций, оказывающих услуги ранней диагностики, социализации и реабилитации детей с ОВЗ (в возрасте до 6 лет), в общем количестве таких организаций, %	Без цифр	<u>Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ОВЗ, %	3
				Доля детей с ОВЗ (в возрасте до 3 лет), получающих услуги в частных организациях в общей численности детей с ОВЗ (в возрасте до 3 лет), %	10

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
<u>Рынок услуг в сфере культуры</u>	Доля расходов бюджета, распределяемых на конкурсной основе, выделяемых на финансирование деятельности организаций всех форм собственности в сфере культуры	В 2018 г. - не менее 30 %			
<u>Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства:</u>					
Повышение качества оказания услуг на рынке управления жильем за счет допуска к этой деятельности организаций, на профессиональной основе осуществляющих деятельность по управлению многоквартирными домами	Доля управляющих организаций, получивших лицензии на осуществление деятельности по управлению многоквартирными домами	В 2015 г. - 100 %	<u>Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, %	20
Повышение эффективности контроля за соблюдением жилищного законодательства в субъектах РФ	Для госжилинспекций - наличие "горячей телефонной линии", а также электронной формы обратной связи в сети Интернет	к 1 ноября 2015 г.			
Передача в управление частным операторам на основе концессионных соглашений объектов ЖКХ всех гос- и муниципальных предприятий, осуществляющих неэффективное управление	Доля объектов ЖКХ гос- и муниципальных предприятий, осуществляющих неэффективное управление, переданных частным операторам, актуализированными на	в 2018 г. - 100 %			

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
	основании проведенного анализа эффективности управления				
<u>Розничная торговля:</u>					
	В субъектах РФ, в которых доля оборота розничной торговли, осуществляемой на розничных рынках и ярмарках, в структуре оборота розничной торговли по итогам 2012 г. составляла менее 20 %, должен быть обеспечен средний рост указанной доли оборота розничной торговли	Не менее чем на 5 % в год до достижения значения этого показателя не менее 20 % к 2018 г.			
	Доля хозяйствующих субъектов в общем числе опрошенных, считающих, что состояние конкурентной среды в розничной торговле улучшилось за истекший год, %	Без цифр			
	Доля хозяйствующих субъектов в общем числе опрошенных, считающих, что антиконкурентных действий ОГВ и МСУ в сфере розничной торговли стало меньше за истекший год, %	Без цифр			
	Доля оборота магазинов шаговой доступности в	К 2016 г. - не менее 20 %			

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
	структуре оборота розничной торговли	общего оборота розничной торговли			
	Доля негосударственных аптечных организаций в общем количестве аптечных организаций	К 2016 г. - не менее 90 %	<u>Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, %	60
<u>Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом</u>					
Развитие сектора негосударственных перевозчиков на межмуниципальных маршрутах регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом	Доля негосударственных (немуниципальных) перевозчиков на межмуниципальных маршрутах регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом в общем количестве перевозчиков на межмуниципальных маршрутах регулярных перевозок	К 2016 г. - не менее 75 %	<u>Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок</u>	Доля услуг (работ) по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок, оказанных (выполненных) организациями частной формы собственности, %	20
Развитие сектора негосударственных перевозчиков на межмуниципальных маршрутах регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом	Доля рейсов по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом, осуществляемых негосударственными	К 2016 г. - не менее 50 %	<u>Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок</u>	Доля услуг (работ) по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, оказанных	30

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
	(немуниципальными) перевозчиками, в общем количестве рейсов по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок			(выполненных) организациями частной формы собственности, %	
			<u>Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ, %	70
<u>Рынок услуг связи</u>	Доля домохозяйств, имеющих возможность пользоваться услугами проводного или мобильного широкополосного доступа в Интернет на скорости не менее 1 Мбит/сек, предоставляемыми не менее чем 2 операторами связи	К 2016 г. - не менее 60 %	<u>Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет</u>	Увеличение количества объектов государственной и муниципальной собственности, фактически используемых операторами связи для размещения и строительства сетей и сооружений связи, % по отношению к показателям 2018 г.	20
				Доля организаций частной формы собственности в сфере оказания услуг по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет, %	98
<u>Рынок услуг социального обслуживания населения</u>	Удельный вес учреждений социального обслуживания, основанных на иных формах собственности, в общем	Без цифр	<u>Рынок социальных услуг</u>	Доля негосударственных организаций социального обслуживания, предоставляющих социальные услуги, %	10

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
	количестве учреждений социального обслуживания всех форм собственности, %				
			<u>Рынок ритуальных услуг</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	20
			<u>Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере теплоснабжения (производство тепловой энергии), %	20
			<u>Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, %	20
			<u>Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере выполнения работ по благоустройству городской среды, %	20
			<u>Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, %	40
			<u>Рынок жилищного строительства</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере жилищного строительства, %	80
			<u>Рынок строительства объектов капитального строительства, за</u>	Доля организаций частной формы собственности, за исключением жилищного и	80

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
			<u>исключением жилищного и дорожного строительства</u>	дорожного строительства, %	
			<u>Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере дорожной деятельности, %	80
			<u>Рынок архитектурно-строительного проектирования</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере архитектурно-строительного проектирования, %	80
			<u>Рынок кадастровых и землеустроительных работ</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере кадастровых и землеустроительных работ, %	80
			<u>Рынок реализации сельскохозяйственной продукции</u>	Доля сельскохозяйственных потребительских кооперативов в общем объеме реализации сельскохозяйственной продукции, %	5
			<u>Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов</u>	Доля организаций частной формы собственности в сфере лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов, %	20
			<u>Рынок племенного животноводства</u>	Доля организаций частной формы собственности на рынке племенного животноводства, %	20
			<u>Рынок семеноводства</u>	Доля организаций частной	20

Стандарт 2015 г.			Стандарт 2019 г.		
				формы собственности, %	
			<u>Рынок вылова водных биоресурсов</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	80
			<u>Рынок переработки водных биоресурсов</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	80
			<u>Рынок товарной аквакультуры</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	80
			<u>Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	80
			<u>Рынок нефтепродуктов</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	90
			<u>Рынок легкой промышленности</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	70
			<u>Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	70
			<u>Рынок производства кирпича</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	70
			<u>Рынок производства бетона</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	70
			<u>Сфера наружной рекламы</u>	Доля организаций частной формы собственности, %	100