

Проанализировав различные подходы к определению сущности отраслевых барьеров, можно прийти к выводу, что каждый подход является своеобразным и выделяет специфическую сторону данного экономического явления. Некоторые ученые подходят к задаче детерминирования барьеров с точки зрения неудобств, которые воздвигают барьеры на границах рынка, а другие рассматривают ее сущность с точки зрения определенных преимуществ, которые приобретают действующие фирмы благодаря наличию преград на отраслевых границах.

### **Литература**

1. Тихонова Э.Н., Чураков Н.С., Щинов Д.В. Отраслевые рынки современной России: барьеры входа и выхода // Вестник ИжГТУ. – 2010. – №4(48). – С. 70–75.
2. Stigler G.J. The organization of industry. Homewood, Illinois: Richard D. – Irwin, 1968. – 87 p.
3. Dennis W.C. Barriers To Entry / NBER Working Papers 11645, National Bureau of Economic Research, Inc., 2005. – URL: <https://www.nber.org/papers/w11645.pdf> (Дата обращения: 10.10.2020).
4. Bain J. Barriers to New Competition: Their Character and Consequences in Manufacturing Industries. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1956. – 27 p.
5. Алейникова И.С., Евтухов С.А., Лукьянов С.А. Определение входных барьеров в экономической теории и практике антимонопольной политики // Вестник НГУ. – 2011. – № 2. – С. 37–43.
6. Шерер Ф.М., Росс Д. Структура отраслевых рынков: пер. с англ.. – М.: ИНФРА-М, 1997. – С. 94–106.
7. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. – М., 1998. – С. 48–49.
8. Авраменко Е.С., Лукьянов С.А. Отраслевые барьеры входа и международный трансферт технологии в условиях глобализации мировой экономики. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2005. – С. 33–50.

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПА СТРУКТУРЫ И АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ РФ НА 2020 ГОД**

**Галлямова М.Р.**

*Казанский федеральный университет, Казань, Россия*

**Аннотация.** В работе рассмотрен рынок мобильной связи РФ. Выявлены характеристики рынка. Посредством анализа эмпирических данных определено, что типом структуры данного рынка является олигополия. Проведен анализ стратегических групп конкурентов.

**Ключевые слова:** рынок мобильной связи, тип рыночной структуры, олигополия, состояние рынка, стратегические группы конкурентов.

Услуги мобильной связи на сегодняшний день являются одним из сегментов телекоммуникационной отрасли РФ, который представляет большую доходность и быстрый рост. Рынок мобильной связи показывает стремительное развитие: обмен информацией стал неотъемлемой частью нашей жизни, а он, в значительной мере, осуществим именно благодаря мобильной связи.

Определение типа структуры рынка мобильной связи РФ будет осуществляться с учетом той точки зрения, которая изложена в приказе ФАС от 28 апреля 2010 г. №220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

Можно утверждать о том, что на данном рынке наблюдается высокий уровень спроса. Обратимся к таблице 1, где представлены данные о количестве абонентов мобильной связи, их распределение по основным операторам, которые предоставляют данные услуги. По данным Росстата, население РФ к концу 2019 года составляло 146 780 720 человек [1],

в то время как количество пользователей – 260 700 000 [3]. Процент проникновения составляет 178%. А предложение на 98,7% сформировано такими компаниями, как МТС, МегаФон, ВымпелКом и Tele2. Всего лишь 1,3% абонентов отдают предпочтение иным операторам мобильной связи, количество которых равно 130. Дополнительно определим доли рынка, исходя из данных о годовой выручке, так как у многих людей несколько SIM-карт, которыми они даже не пользуются, при этом во внимание будем брать лишь 4 оператора, и будем считать, что весь рынок поделили между собой МТС, МегаФон, ВымпелКом и Tele2, так как всего один процент абонентов пользуется услугами других компаний. В данном случае, лидерство также у МТС (31,2%), далее идут МегаФон (28,8%), ВымпелКом (26,4%), Tele2(14%). Проценты долей рынка при определении и через количество абонентов, и через годовую выручку близки по значениям.

Таблица 1

Показатели деятельности крупнейших компаний на рынке сотовой связи РФ  
(данные на 31.12.2019 г.) [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7]

Оператор мобильной связи	Количество абонентов, чел	Доля рынка по количеству абонентов, %	Выручка, тыс. рублей	Доля рынка по выручке, %
МТС	79 100 000	30,3	342 122 949	31,18
МегаФон	75 200 000	28,8	312 304 954	28,46
ВымпелКом	54 648 951	21	289 324 431	26,37
Tele2	48 350 000	18,5	153 545 363	13,99
Другие	3 401 049	1,3	-	-
Всего	260 700 000		1 097 297 697	

Определим индекс концентрации на рынке:  $CR=S_1+S_2+S_3+\dots+S_n$ , где  $S_i$  – доля рынка,  $CR_1=0,303+0,288+0,21+0,185=0,986$ ,  $CR_2=0,3118+0,2846+0,2637+0,1399=1$ .

Следующий критерий, который поможет при определении типа структуры рынка, - индекс Херфиндаля-Хиршмана:  $NHI=S_1^2+S_2^2+S_3^2+\dots+S_n^2$ , где  $S_i$  – доля рынка,  $NHI_1=30,3^2+28,8^2+21^2+18,5^2+1,3^2=2532,47$ ,  $NHI_2=31,18^2+28,46^2+26,37^2+13,99^2=2673,261$ .  $NHI>1800$  характерен олигополистическим и монополистическим рынкам. Полученные значения говорят о высоком уровне концентрации на рынке [2].

Рынок мобильной связи также характеризуется наличием существенных барьеров входа на рынок для новых участников:

Во-первых, необходим внушительный размер начального капитала, чтобы создать нового оператора мобильной связи, построить вышки или арендовать их.

Во-вторых, у новичков на данном рынке будут более высокие затраты на рекламную деятельность, чем у компаний, зарекомендовавших о себе и завоевавших доверие клиентов.

В-третьих, при входе на рынок важным является привлечение инвесторов, которые окажут помощь в развитии, но все они понимают, что бессмысленно вкладываться в тот рынок, где уже наблюдается наличие хорошо закрепившихся на нем игроков.

В-четвертых, большая часть ниш на рынке уже занята, поэтому новым операторам мобильной связи будет затруднительно привлечь для сотрудничества те или иные организации.

В-пятых, компании-лидеры достаточно быстро отреагируют на вхождение новичков на рынок, предлагая более выгодные условия для клиентов во избежание их потери.

Из выше сказанного можно сделать вывод о том, что теоретически войти на рынок возможно, но следует учесть огромное количество факторов, которые влияют на отрасль. Важным является то, клиенты в большинстве случаев будут отдавать предпочтение операторам-лидерам, а не новичкам.

Таким образом, на рынке мобильной связи:

- большое количество участников, но только 4 из них являются значимыми для рынка;

- высокий уровень концентрации;
- существенные барьеры для входа на рынок;
- дифференцированная продукция.

Принимая во внимание вышесказанные характеристики рынка, делаем вывод о том, что рынок мобильной связи в РФ является олигополией.

Таблица 2

Показатели деятельности крупнейших компаний на рынке сотовой связи РФ  
(данные на 31.12.2019 г.) [4, 5, 6, 7]

Оператор мобильной связи	Чистая прибыль, тыс. рублей	Рентабельность деятельности, % (чистая прибыль/выручка*100%)	Выручка на одного абонента, рублей (выручка/количество абонентов)
МТС	64 611 997	18,9	4300
МегаФон	3 645 369	1,2	4200
ВымпелКом	17 182 508	5,9	5300
Tele2	11 108 447	7,2	3200

Также для оценки состояния рынка мобильной связи на 2020 год проведем анализ стратегических групп конкурентов. Стратегические группы – это компании-конкуренты, которые близки по позициям на рынке и имеют схожие конкурентные возможности. Для определения данных групп, в первую очередь, необходимо составление их карт. Характеристиками будут выступать те данные, которые представлены в таблицах 1 и 2. Хочется отметить то, что две характеристики, использованные в одной карте, выбраны не случайно: они не имеют значимой корреляции между собой.

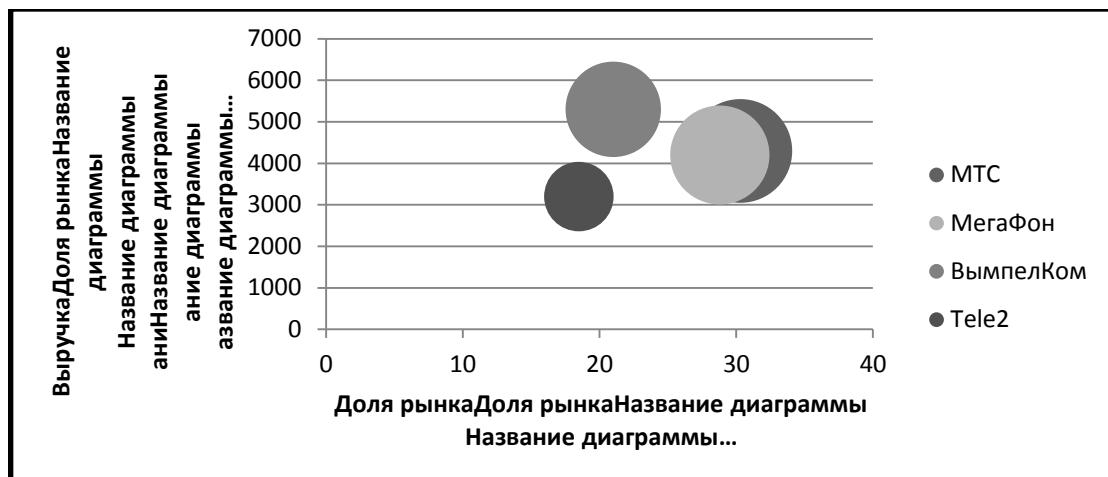


Рис. 1. Карта стратегических групп конкурентов на рынке мобильной связи РФ, 2019 г.  
(Выручка на одного абонента – Доля рынка по количеству абонентов)

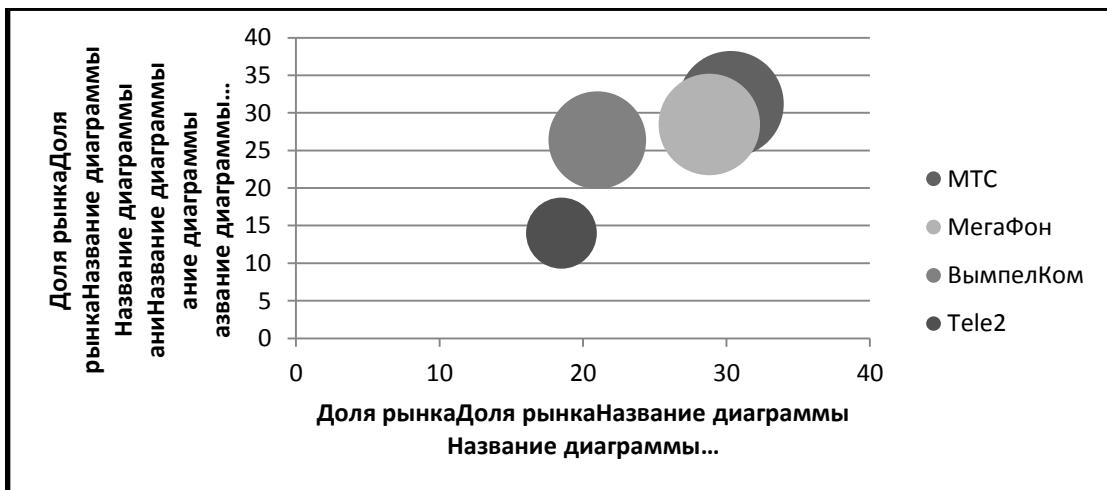


Рис. 2. Карта стратегических групп конкурентов на рынке мобильной связи РФ, 2019 г.  
(Доля рынка по выручке – Доля рынка по количеству абонентов)

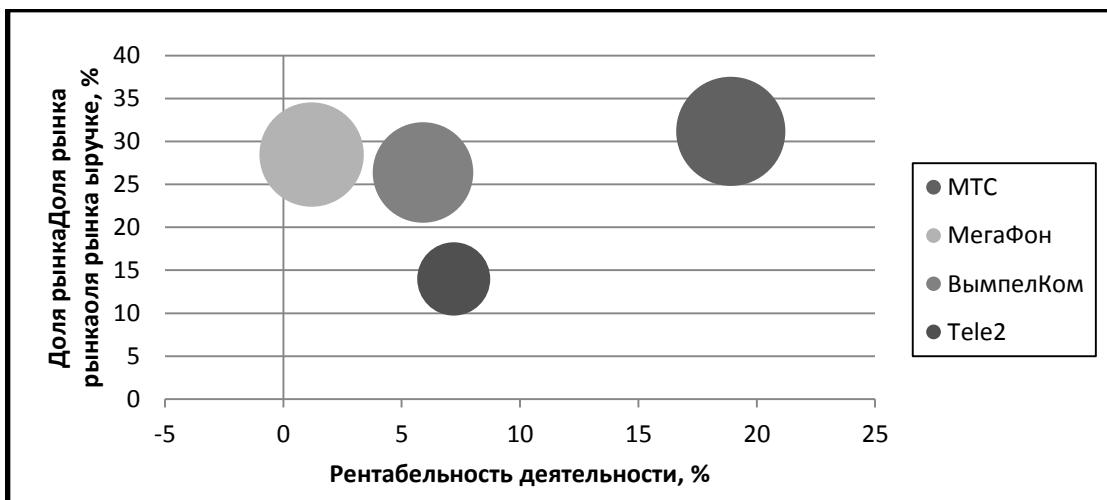


Рис. 3. Карта стратегических групп конкурентов на рынке мобильной связи РФ, 2019 г.  
(Доля рынка по выручке – Рентабельность деятельности)

Полученные карты изображены на рисунках 1–3. Опираясь на них, можно выделить следующие стратегические группы конкурентов:

- МТС и МегаФон, являющиеся лидерами на рынке,
- ВымпелКом, которому следует совершенствовать конкурентную структуру, имеющуюся на данный момент
- Tele2, показывающий хорошие результаты, благодаря которым компания в будущем может сделать переход в более высокую стратегическую группу.

Таким образом, на сегодняшний день рынок мобильной связи в РФ представляет собой олигополию с 4 основными игроками: МТС, МегаФон, ВымпелКом и Tele2. Данный рынок характеризуется существенными барьерами для входа, высокой степенью монополизации. Рынок стремительно растет. Составленные карты стратегических групп позволили выделить игроков, имеющих похожие конкурентные преимущества на рынке. МТС, будучи лидером, задает темпы развития данного рынка. А Tele2 же имеет все шансы, чтобы попасть в «большую тройку».

## **Литература**

1. Численность и состав населения / Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: rosstat.gov.ru (Дата обращения: 10.10.2020).
2. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2009. – 576 с.
3. Количество абонентов мобильной связи в РФ / Advanced Communications and Media. – URL: http://www.acm-consulting.com (Дата обращения: 10.10.2020).
4. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «МТС» / Официальный сайт ПАО «МТС». – URL: www.mts.ru (Дата обращения: 05.10.2020).
5. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «МегаФон» / Официальный сайт ПАО «МегаФон». – URL: www.megafon.ru (Дата обращения: 05.10.2020).
6. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «Вымпел-Коммуникации» / Официальный сайт ПАО «Вымпел-коммуникации». – URL: moskva.beeline.ru (дата обращения 05.10.2020).
7. Годовая бухгалтерская отчетность ООО «Т2 Мобайл» / Официальный сайт ООО «Т2 Мобайл» – URL: msk.tele2.ru (Дата обращения 05.10.2020).

## **ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ**

**Григорьева Е.А., Половкина Э.А.**

*Казанский федеральный университет, Казань, Россия*

**Аннотация.** В статье проанализированы главные показатели экономической безопасности государства. Для достижения данной цели были решены ряд задач: изучена роль социальных и экономических факторов в системе обеспечения государственной экономической безопасности; проведен анализ социально-экономических факторов экономической безопасности России и выявлены угрозы.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, угрозы экономической безопасности, экономический рост, инвестиции, инфляция.

В современных условиях общественного развития необходимая степень политического, социально-экономического, стратегического развития государства не может быть обеспечена без соответствующего уровня экономической безопасности. Благодаря экономической безопасности в настоящее время достигается независимость и стратегическая неуязвимость страны в отношении вероятных внешних воздействий и угроз.

Усиленное внимание к проблеме обеспечения экономической безопасности обосновывается, в первую очередь, важным значением экономики для национальной безопасности страны.

Данная проблема обеспечения экономической безопасности сформировала потребность в создании таких индикаторов-ориентиров, которые будут существовать как границы для предотвращения негативных процессов и последствий. А анализ данных индикаторов послужил как актуальность данной работы.

Разработке данной системы индикаторов-ориентиров экономической безопасности удалено внимание, как со стороны государства, так и со стороны сообщества ученых и экономистов.

В 2000 г. Научный совет при Совете безопасности РФ принял перечень и пороговые значения 19 индикаторов (экономических и социальных) экономической безопасности, которые были разработаны ИЭ РАН. В 2008 г. этот перечень был увеличен до 36. Указом Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» список показателей экономической безопасности был расширен до 40.